



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
CON ORIENTACIÓN EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EL PAPEL DE LOS RANKINGS DE CIUDADES
DIFUNDIDOS POR LA PRENSA ECONÓMICA EN EL
DISEÑO DE POLÍTICAS PÚBLICAS LOCALES EN
MATERIA DE COMPETITIVIDAD URBANA

TESIS

QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:

DOCTOR EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

PRESENTA:

ALBERTO CARRERA PORTUGAL

TUTORA PRINCIPAL: DRA. ROCÍO AMADOR BAUTISTA
UNAM, INSTITUTO DE INVESTIGACIONES SOBRE LA
UNIVERSIDAD Y LA EDUCACIÓN

MIEMBROS DEL COMITÉ TUTOR:

DRA. INÉS CORNEJO PORTUGAL
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA UNIDAD
CUAJIMALPA

DR. MANUEL PERLÓ COHEN
UNAM, INSTITUTO DE INVESTIGACIONES SOCIALES

CIUDAD DE MÉXICO

OCTUBRE DE 2016



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.

DEDICATORIA,

A mi mamá, Clivia Portugal, y a mi papá, Guillermo Carrera.

*A mis hermanas, Clivia Ruth, Ilse Aydee, Cynthia Luz,
y mi hermano, Guillermo.*

Para Olivia Plata, por el tiempo y la vida.

AGRADECIMIENTOS

La presente investigación surgió a partir de una serie de preguntas y reflexiones académicas planteadas por el Dr. Manuel Perló Cohen, en la sede que tuviera el Programa Universitario de Estudios sobre la Ciudad de la UNAM en las inmediaciones del Zócalo de la Ciudad de México. Mi agradecimiento siempre para el universitario, el maestro, el investigador cuya visión fue determinante en la materialización de este proyecto.

La integración, desarrollo y conclusión de este trabajo no hubiera sido posible sin la dirección de la Dra. Rocío Amador Bautista, a quien agradezco su compromiso académico, el apoyo y la confianza permanente para el proyecto desde que surgió tan sólo como una idea.

A la Dra. Inés Cornejo Portugal, por su lectura puntual, sus aportes y especialmente, por su capacidad para entender, imaginar y diseñar la investigación de la comunicación.

A Lucía Álvarez Enríquez, cuyos análisis y contribuciones permiten vislumbrar ciudades con un desarrollo democrático y equitativo para la gente. A Salvador Escobar Villanueva, mi agradecimiento por el diálogo académico permanente sobre las variables globales e internacionales y, sobre todo, por su amistad.

Para Luis Felipe Abarca, Ramón Abonce, Rubén Ahumada, Arturo Cavazos, Michel Chaín, Isaí Ludim Hernández y Mauricio Aarón Reyna, por contribuir con la investigación aportando su experiencia y conocimientos en el ámbito de la competitividad urbana, con testimonios sólidos desde el periodismo especializado y la gestión pública local.

En especial, a la Dra. Estela Morales Campos y al actual Coordinador de Humanidades de la UNAM, el Dr. Alberto Vital Díaz por todo el apoyo brindado.

Y a la Universidad Nacional Autónoma de México, institución fundamental para el destino de nuestra nación; en particular a la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales y su Programa de Posgrado, que han permitido mi desarrollo académico y personal.

Universidad Nacional Autónoma de México
Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales

Comité Académico del Posgrado en Ciencias Políticas y
Sociales
Presente.

Por medio de la presente hago constar que el trabajo de tesis titulado

EL PAPEL DE LOS RANKINGS DE CIUDADES DIFUNDIDOS POR LA
REPSA OCORRERIAS DEL DISEÑO DE POLÍTICAS PÚBLICAS LOCALES
EN UN SISTEMA DE GOBIERNO LOCAL
que he presentado para obtener el grado de
DOCTOR EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES CON ESPECIALIDAD
EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

en el Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales de la
Universidad Nacional Autónoma de México es de mi total autoría y
ha sido elaborado de conformidad con las reglas establecidas en el
Programa, el Código de Ética de la UNAM y la normatividad
universitaria vigente con la relación a su originalidad y utilización
adecuada de fuentes. Todo el material proveniente de otros autores y
fuentes ha sido plenamente reconocido y señalado en las referencias.

“POR MI RAZA HABLARÁ EL ESPÍRITU”

Ciudad Universitaria, Cd. de Mx., a 22 de AGUSTO



PROGRAMA DE
POSGRADO EN CIENCIAS
POLÍTICAS Y SOCIALES

Nombre y firma

Mtro. Roberto Carlos Bragan

ÍNDICE

	Página
Prefacio	1
Introducción	3
Justificación	5
Delimitación del objeto de estudio	13
Objetivos, preguntas e hipótesis de investigación	15
Estructura del trabajo	16
Capítulo I. Prensa Económica y Rankings. Concepto y Evolución Histórica	21
I.1. Evolución Histórica de la Prensa Económica. Análisis en Cuatro Etapas	24
I.1.1. Primera etapa: de las listas de precios a la <i>Lloyd's List</i> (1500-1769)	24
I.1.1.1. <i>Lloyd's List</i> : esfera pública, ciudad y prensa económica	26
I.1.2. Segunda etapa: debates ideológicos, primeras revistas y consolidación de los periódicos locales generales y económicos (1770-1860)	28
I.1.3. Tercera etapa: internacionalización de la prensa económica: agencias de noticias, grandes periódicos, índices bursátiles, revistas y convergencias multimedia (1870-1970)	31
I.1.3.1. Agencias de noticias: el caso de Reuters	31
I.1.3.2. Grandes periódicos e índices bursátiles	33
I.1.3.3. Revistas	35

I.1.3.4. Televisión y radio	37
I.1.4. Cuarta etapa. Rankings y plataformas digitales en la prensa económica contemporánea (1980-2015)	38
I.1.4.1. <i>The Economist</i> : los índices como información para la toma de decisiones	39
I.1.4.2. <i>Bloomberg L.P.</i> : multimedia, multiplataforma y gestión urbana local	41
I.1.4.3. La revista <i>AméricaEconomía</i> y su ranking de ciudades regional	42
I.2. Resumen: Rankings de Ciudades y Prensa Económica en la Evolución y Convergencia del Ecosistema de Medios	46
Capítulo II. Marco Conceptual Aplicable al Estudio de los <i>Rankings</i> de Ciudades desde la Comunicación: <i>Competitividad Urbana y Sociedad Red</i>	54
II.1. La Competitividad Urbana: Ámbito de Estudio, Concepto, Política Pública y Relación con Sociedad Red, Espacio de Flujos y Prensa Económica	54
II.1.1. La producción y difusión de rankings, índices y mediciones de ciudades	56
II.1.2. La competitividad urbana como ámbito de estudio	59
II.1.3. La competitividad urbana como concepto	62
II.1.4. La competitividad urbana como política pública	66
II.1.5. La investigación sobre competitividad urbana, rankings de ciudades, medios de comunicación y flujos de información	71
II.1.6. Políticas públicas. El proceso de diseño e implementación	81
II.2. Redes, Sociedad Red y Espacio de Flujos: Ciudades Contemporáneas y Competitividad Urbana	90
II.2.1. Antecedentes teórico-conceptuales en el estudio de las redes	91

II.2.1.1. Evolución social y conceptualización de las redes	94
II.2.2. La sociedad red	96
II.2.2.1. Elementos constitutivos de la sociedad red	98
II.2.3. El espacio de flujos	107
II.3. Rankings de Ciudades: Proceso de Diseño e Implementación de Políticas Públicas Locales y Relevancia de las Ciudades en el Espacio de Flujos	114
II.3.1. Hipótesis de trabajo y categorías de análisis	115
Capítulo III Diseño metodológico de la investigación	119
III.1. Criterios Metodológicos Utilizados en la Investigación	120
III.1.1. Enfoque cualitativo aplicado al primer conjunto de objetivo, hipótesis y categoría de análisis	121
III.1.1.1. ¿Por qué se aplicó el enfoque cualitativo?	122
III.1.1.2. Acerca de la muestra: rankings, ciudades y actores sociales	123
III.1.1.3. Acerca del método: entrevistas semiestructuradas a expertos	130
III.1.1.4. Procesamiento y análisis de la información cualitativa	135
III.1.2. Ejercicio empírico comparativo aplicado al segundo conjunto de objetivo, hipótesis y categoría de análisis	139
Capítulo IV Papel de los rankings de ciudades difundidos por la prensa económica en el proceso de las políticas públicas, y en la asignación de relevancia de las ciudades mexicanas en el espacio de flujos: percepciones de expertos y ejercicio comparativo	149

IV.1. Perspectivas de Actores Sociales Expertos Vinculados con el Proceso de las Políticas Públicas Locales en Materia de Competitividad Urbana, sobre el Papel de los Rankings de Ciudades Difundidos por la Prensa Económica	155
IV.1.1. Entrevistas con expertos vinculados con el diseño y la implementación de políticas públicas. Categoría principal y subcategorías	157
IV.1.1.1. Aportes y perspectivas de los entrevistados	163
IV.1.2. La conceptualización del ranking <i>Las mejores ciudades para hacer negocios en América Latina</i> de la revista <i>AméricaEconomía</i>	166
IV.1.2.1. Dimensiones de la economía urbana consideradas en el diseño del ranking de ciudades de la revista <i>AméricaEconomía</i>	171
IV.2. Relevancia de Ciudades Mexicanas en el Espacio de Flujos: Ejercicio Comparativo entre Rankings Globales, Regionales y Nacionales	172
IV.2.1. Análisis comparativo de rankings, índices, listados y mediciones	175
IV.2.1.1. Análisis comparativo de rankings, índices, listados y mediciones elaborados y difundidos por la prensa económica	177
IV.2.1.2. Análisis comparativo de rankings, índices, listados y mediciones globales elaborados por distintas organizaciones	178
IV.2.1.3. Análisis comparativo de rankings, índices, listados y mediciones regionales (América Latina) elaborados por distintas organizaciones	180
IV.2.1.4. Análisis comparativo de rankings, índices, listados y mediciones nacionales (México) elaborados por distintas organizaciones	181
IV.3. Resultados de la Información Obtenida en Campo	182

Conclusiones	186
Propuestas	198
Fuentes bibliográficas y de información	209
<i>Entrevistas</i>	209
<i>Bibliografía</i>	210

Prefacio

A lo largo del presente estudio se sostiene que los rankings de ciudades además de activar un diálogo social alrededor de las calificaciones que alcanzan diferentes territorios, contribuyen con la deliberación pública en torno al ‘modelo de ciudad competitiva’, lo cual incide en el diseño e implementación de las políticas públicas locales en la materia.

Los rankings aportan elementos a la discusión social que se genera en torno a la agenda económica, política, social y cultural de las ciudades (Perló & Carrera, 2007) en diferentes campos y sectores: desde el ámbito de los académicos y especialistas en el estudio de la competitividad urbana, los inversionistas y estrategias financieros, los organismos internacionales, hasta los tomadores de decisiones político-administrativas a nivel nacional, regional, estatal y local.

Los índices han sido objeto de diferentes críticas, los aspectos que con mayor frecuencia se cuestionan son: la aplicación de métodos estandarizados a unidades complejas que se desenvuelven en contextos diferenciados; la generación de escalas de prestigio o reputación a partir de indicadores que terminan ‘favoreciendo’ a un mismo conjunto de unidades y variables con la subsecuente exclusión de otras; y la omisión de factores cualitativos que permitirían una valoración de carácter integral (Ordorika & Rodríguez, 2008).

En el caso de los rankings de ciudades es posible señalar estas y otras críticas, como el hecho de que algunas de las mediciones elaboradas por la prensa económica consideren prioritarias variables vinculadas con las condiciones propicias para la reproducción de los capitales financieros, que un mismo conjunto de urbes logren ubicarse de manera frecuente en las mejores posiciones, o el escaso margen que tienen ciudades medias y pequeñas para visibilizar aspectos cualitativos relacionados con la escala demográfica y territorial que, al menos en teoría, les permitiría ofrecer a sus habitantes ventajas comparativas en cuanto a calidad de vida, fortalecimiento del tejido social o generación de espacios para la participación ciudadana.

A la luz de una perspectiva crítica, con el desarrollo de un marco conceptual y el análisis de información de campo, la presente investigación expone la necesidad de impulsar a partir de esfuerzos anclados en diferentes instancias y organizaciones—provenientes de la

sociedad civil, las universidades, fundaciones o los medios de comunicación—, rankings, índices, listados y mediciones de ciudades que:

- ✓ Contribuyan con la *monitorización social* (Fombrun, 1998) de las políticas locales urbanas, no solamente en aspectos relacionados con la competitividad urbana, sino también en aquellos relacionados con la equidad, prosperidad, calidad de vida y equilibrio medioambiental.
- ✓ Favorezcan los consensos sociales locales en torno a un ‘modelo de ciudad’, centrado en las posibilidades que ofrecen las interacciones a nivel comunitario y el fortalecimiento del tejido social, cultural y económico local.
- ✓ Fortalezcan la democracia participativa a través de una planeación urbana incluyente, que atienda la diversidad y multiculturalidad propia del tejido social presente en las ciudades contemporáneas.
- ✓ Documenten a la incorporación de las ciudades en diferentes redes globales que se articulan a través del *espacio de los flujos* (Castells, 1999a).

Una parte importante de la gestión y las actividades de las ciudades tiene que ver con su articulación en los intercambios globales relacionados con los flujos financieros, comerciales, turísticos y de consumo cultural, muchos de los cuales se encuentran articulados a través del espacio de los flujos resultante del paradigma informacional emergente en la sociedad red (Castells, 1995, 2000, 2009).

Los rankings de ciudades además de contribuir con indicadores susceptibles de considerarse como parte de la *monitorización social*, también pueden documentar las interacciones de las metrópolis en el *espacio de los flujos*, visibilizando tanto la relevancia como los elementos que aportan en las diferentes redes a las que se articulan en el ámbito global; esta información igualmente puede sumarse a los criterios e indicadores para la toma de decisiones en la gestión local.

De la misma forma en que los rankings como contenidos han evolucionado a través de la historia de la prensa económica, en la perspectiva de un *ecosistema de medios* (Scolari, 2008) ampliado y con las posibilidades que ofrecen las redes digitales, es posible vislumbrar una nueva etapa en la elaboración y difusión de estos ejercicios comparativos.

Introducción

La elaboración y publicación de rankings se encuentra estrechamente vinculada con la historia y evolución de la prensa económica, cada año a través de diferentes medios que cuentan con un alcance nacional, regional y/o global—entre los que se encuentran las revistas especializadas en finanzas y comercio (Arrese, 2002, 2004, 2011)—, se difunden listados que incorporan temas y unidades de análisis tan variados como empresas, universidades, líderes mundiales, multimillonarios, deportistas o ciudades, entre otros.

Los índices, listados y mediciones de ciudades constituyen un tipo de contenido e información periodística el cual, en un tiempo relativamente corto a partir de sus primeras versiones que aparecieron hacia la década de los ochenta, ha alcanzado un interés creceinte.

Periodicamente las metrópolis ven reflejada una medición de su desempeño en diversos rubros a través de listados que se dan a conocer no sólo a través de medios de comunicación especializados en economía sino también de otro tipo de organizaciones como fundaciones, organismos internacionales, firmas de consultoría, universidades, instancias gubernamentales, centros de investigación u organizaciones civiles.

Con la emergencia y consolidación de la sociedad red (Castells, 1999a, 2001b)—apoyada en el paradigma informacional y el subsecuente uso extendido de las tecnologías de comunicación e información—al igual que como ha ocurrido con otros medios de comunicación y contenidos periodístico e informativos, los rankings han logrado ampliar su difusión y potenciar su capacidad para activar discusiones sociales, influir o motivar políticas públicas y, en síntesis, visibilizar por medio de la *monitorización* (Fombrun, 1998) temas e indicadores de interés, conflicto u oportunidad para la gestión urbana local.

Las plataformas apoyadas en la *web social* o *2.0* (Scolari, 2008) durante la última década han contribuido a ensanchar algunos de los canales de participación ciudadana, sumándose a la democratización gradual de los espacios donde se conceptualizan y ejecutan las políticas públicas, incorporando con inmediatez a un mayor número de actores en la discusión de la agenda urbana (Ratti & Nabian, 2010).

Los rankings como contenido informativo desarrollado en un principio por la prensa económica (Arrese, 2002), han evolucionado junto con las plataformas y canales de

comunicación propios de la sociedad red, mientras que las ciudades han acentuado su participación e interacción en el *espacio de los flujos* (Castells, 1995, 1999a, 2001a, 2012); la *monitorización* del desempeño de las ciudades en el *espacio de los flujos* constituye uno de los roles principales que desempeñan los índices elaborados tanto por la prensa económica como por una multiplicidad de organizaciones.

Luego de advertir las tendencias descritas, se identificó la necesidad de analizar, en primera instancia, el papel de los rankings en el diseño de políticas públicas locales en materia de competitividad urbana, toda vez que constituye una materia con múltiples alcances: a partir de dichas políticas se prefigura la vocación de una ciudad o territorio, influyendo en la captación de inversiones, el ritmo de la actividad económica y los intercambios comerciales. Los planes y programas orientados al estímulo y gestión de la competitividad local llegan también a incidir en el acceso que tienen los habitantes de una metrópoli al empleo, la distribución del ingreso, la calidad de vida y la oferta de productos y servicios.

Una segunda parte del análisis se vincula con la capacidad que tienen los índices de ciudades elaborados por revistas especializadas en economía, finanzas y negocios, para conferir relevancia o visibilidad dentro del *espacio de los flujos* a las ciudades incluidas en las mediciones, es decir: en qué medida los índices elaborados y publicados por la prensa económica asignan a las ciudades, como nodos, una posición dentro de las redes globales en las que participan y las cuales se articulan a través del espacio de flujos.

En un tercer momento, se sitúa el interés por proponer—como parte de una estrategia de comunicación e información—rankings e indicadores que favorezcan los consensos sociales a nivel local en torno a un modelo de ciudad equitativa, prospera, con calidad de vida y equilibrio medioambiental, promoviendo la inclusión de parámetros e indicadores relacionados con: democracia participativa, inclusión social, sostenibilidad, productividad, educación, habitabilidad, seguridad, salud, diversidad y multiculturalidad (HIC-AL, 2011), entre otros que sean identificados como importantes a partir de la deliberación pública, considerando que las ciudades han estado en el centro—como espacio físico territorial y elemento simbólico intangible—de las transformaciones e intercambios a nivel de la cultura, la economía y la sociedad (Lezama, 1998).

Justificación

Importancia de los entornos urbanos para la comunicación y la información

Las ciudades históricamente han sido el espacio físico y simbólico—tangibles e intangibles— para los intercambios socioeconómicos y culturales; como modelo de organización de la vida social, representan el ámbito y espacio de vida que concentra—y continuará concentrando en el futuro—al mayor porcentaje de la población mundial.

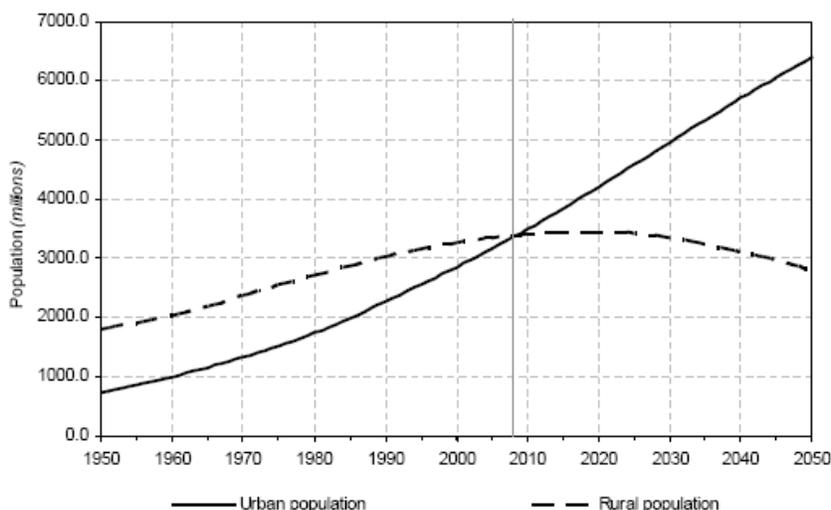
Entendemos por ciudad el producto físico, político y cultural complejo, europeo y mediterráneo, y también americano y asiático, que hemos caracterizado en nuestra cultura, en nuestro imaginario y en nuestros valores como concentración de población y de actividades, mezcla social y funcional, capacidad de autogobierno y ámbito de identificación simbólica y de participación cívica. Ciudad como lugar de encuentro, de intercambio, ciudad como cultura y comercio. Ciudad de lugares y no únicamente espacio de flujos donde podemos construir lugares de centralidad por medio de los flujos y los puntos nodales (Borja, 2003, pp. 61-62).

Un porcentaje superior al 50% de los habitantes del planeta, residen en ciudades, no solamente tenemos un mundo más ‘urbano’, sino que tiene lugar una transición de rural a urbana en la distribución de la población a nivel mundial. Por primera vez en la historia de la humanidad, la población rural se encuentra decreciendo, para dejar de ser la proporción mayoritaria, mientras que la población urbana registra un aumento sostenido, constituyéndose en la de mayor proporción (United Nations, 2008).

De acuerdo con las Naciones Unidas, en 2007 del total de la población mundial calculado en 6.67 millones, 3.29 millones correspondían a población urbana y 3.38 a población rural. Las proyecciones estiman que para el año 2025 la población mundial ascenderá a 8.01 millones de los cuales 4.58 millones vivirán en ciudades y 3.43 en el medio rural.

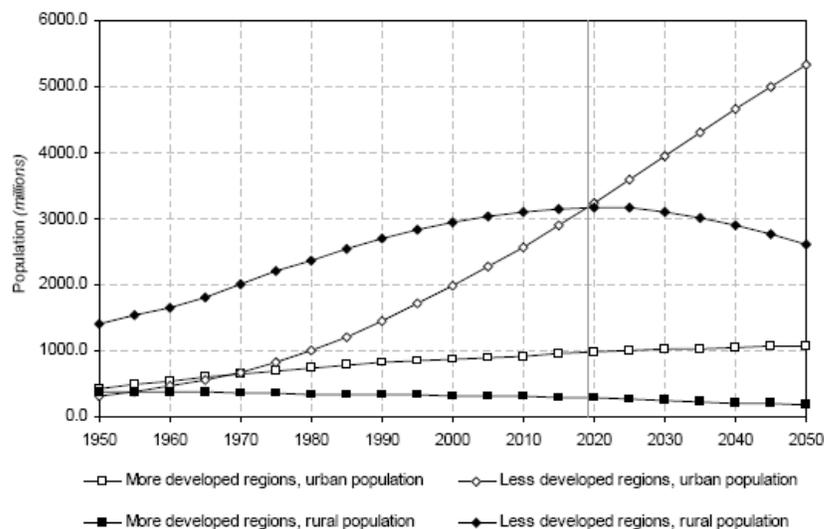
También se presenta un punto de quiebre-inflexión en el modelo y las pautas de urbanización mundial, ya que si bien se trata de un reto global, lo es de manera más acentuada para los países en desarrollo y los que fueron denominados como ‘emergentes’ (principalmente, Brasil, India y China) (Escobar, 2009), toda vez que el incremento de la población urbana mundial tendrá lugar principalmente en los países con las economías menos desarrolladas.

Figura 1. Población urbana y rural en el mundo, 1950 - 2050



Fuente: United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division. World Urbanization Prospects. The 2007 Revision. New York: February 2008, pp. 2.

Figura 2. Población urbana y rural, por tipo de desarrollo, 1950 - 2050



Fuente: United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division. World Urbanization Prospects. The 2007 Revision. New York: February 2008, pp. 3.

Si bien las pautas contemporáneas implican un grado mayor de complejidad y velocidad en los cambios, cabe recordar la importancia que tuvieron las metrópolis en la expansión política, comercial y territorial de las civilizaciones antiguas, durante la integración de los

imperios y en los subsecuentes períodos de colonización, hasta el impulso al desarrollo industrializado, abarcando el estadio más reciente apoyado en el conocimiento y las innovaciones tecnológicas digitales para la comunicación y la información (Perló, 1995).

La dimensión comunicacional e informacional de la urbanización en su escala mundial-global (Castells, 1995), se suma a las pautas culturales y los intercambios sociales en los que comunicación y ciudad se encuentran estrechamente vinculados.

La nueva economía global y la sociedad informacional emergente presentan una nueva forma espacial que se desarrolla en una variedad de contextos sociales y geográficos: las *megaciudades* [...] son aglomeraciones muy grandes de seres humanos, todas ellas (13 en la clasificación de Naciones Unidas) con más de 10 millones de habitantes en 1992, y cuatro con proyecciones de superar con creces los 20 millones en 2010. Pero el tamaño no es la cualidad que las define. Son los nodos de la economía global y concentran las funciones superiores de dirección, producción y gestión en todo el planeta; el control de los medios de comunicación; el poder de la política real; y la capacidad simbólica de crear y difundir mensajes (Castells, 1999a, p. 481).

Acompañando al proceso físico-territorial de la metropolización en la escala global, se ha venido conformando un *espacio de flujos* e intercambios de comunicación e información, se trata de un ámbito alimentado por datos pero también por contenidos mediáticos e interacciones, donde se articulan el movimiento de capitales y mercancías, lo mismo que los referentes simbólicos, las tecnologías conectadas en red para la transmisión de información, la estética o las formas urbano-arquitectónicas ‘globales’ que se expresan en el territorio; es ahí donde también operan sistemas de monitoreo, evaluación y categorización los cuales contribuyen a moldear percepciones y sustentar las acciones o la toma de decisiones de los actores sociales (Castells, 1995, 2009).

La producción y difusión de rankings, índices y mediciones.

Uno de los contenidos característicos de la prensa económica son los rankings, índices y mediciones, que actualmente se pueden identificar como parte de la oferta informativa que distingue a las publicaciones y los medios especializados en economía, finanzas y negocios.

Aunado a lo anterior, es posible advertir (de 1980 a la fecha) una creciente producción y popularización de índices elaborados por parte de diferentes tipos de organizaciones

públicas, privadas y sociales, de escala tanto nacional, como regional e internacional; esta tenencia ha ampliado y enriquecido la oferta de mediciones incorporando el concepto o modelo de *monitores sociales* (Fombrun, 1998).

<p>“The Best Places to Launch a Career”, <i>Businessweek</i>, Septiembre 2007 [http://www.businessweek.com/careers/content/sep2007/ca20070913_595536.htm]</p>	<p>“Which MBA? The top thirty”, <i>The Economist</i>, Octubre 2011 [http://www.economist.com/node/21532270]</p>	<p>“The World’s Largest Corporations”, <i>Fortune</i>, 2011 [http://fortune.com/global500/]</p>	<p>“Las 500 empresas más importantes de México”, <i>Expansión</i>, 2011 [http://www.cnnexpansion.com/rankings/2011/las-500-empresas-mas-importantes-de-mexico-2011]</p>
<p>“20 Best Companies for Multicultural Women”, <i>Working Mother</i>, Enero 2009 [http://www.wmmsurveys.com/2012_MCW_exec_summary.pdf]</p>	<p>“Las mejores ciudades para hacer negocios en América Latina”, <i>América economía</i>, Mayo 2009 [http://www.americaeconomia.com/revista/internacional/375]</p>	<p>“Best EMBA program world rankings”, <i>Businessweek</i>, Noviembre 2011 [http://www.bloomberg.com/features/2015-best-business-schools/]</p>	<p>“Business education. Global MBA ranking”, <i>Financial Times</i>, Enero 2012 [http://www.ft.com/intl/cms/5682de62-4900-11e1-954a-00144feabdc0.pdf]</p>

Tema, método y periodicidad son elementos centrales en la elaboración de los rankings, no menos importante lo es también la visibilidad mediática que alcanzan, es decir, la posibilidad de ser citados, referidos o replicados por diferentes servicios de noticias a través de medios impresos, digitales, electrónicos o audiovisuales.

Los temas de medición abordados por los índices son tan variados que podría afirmarse que este tipo de ejercicio se puede aplicar a prácticamente cualquier ámbito en el que existan

unidades—como universo de estudio—susceptibles de clasificarse atendiendo a un orden ascendente o descendente, en función de calificaciones o puntajes asignados a una selección de variables, las cuales regularmente son particularidades, características o atributos (potenciales o tangibles) que se identifican como necesarias o deseables en la conformación y/o desempeño de las unidades.

Ámbitos como el de la educación, universidades y programas educativos (Ordorika & Rodríguez, 2008), las empresas (productos, marcas, servicios), los países y desde luego las ciudades, han representado el mayor foco de atención en la elaboración de rankings y mediciones, por parte tanto de todo tipo de organizaciones.

En 2011 la revista *Forbes* generó controversia con la inclusión del narcotraficante mexicano Joaquín Guzmán Loera ('El Chapo Guzmán') en la posición 55—apenas tres lugares abajo del Dalai Lama—del ranking de las personas más poderosas e influyentes a nivel mundial *The World's Most Powerful People* (Forbes, 2015).

Miguel Forbes, presidente de Televisión y Licencias de la revista *Forbes*, adelantó que Joaquín El Chapo Guzmán, líder del Cártel de Sinaloa, continuará en la lista de los hombres más ricos del mundo siempre y cuando mantenga su poder económico e influencia. 'En 1998, Pablo Escobar estuvo en nuestra lista también. Simplemente estimamos el valor de la fortuna de la persona y reportamos la noticia', dijo durante la presentación de la revista Forbes México (El Economista, 2012).

Diferentes organismos públicos, privados y sociales se han hecho cargo de publicar listados en temas de interés como los derechos humanos, el medio ambiente o la educación. Por ejemplo, el Índice Desarrollo Humano (IDH) es un trabajo elaborado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), desde 1990 publica el Informe sobre Desarrollo Humano a partir de indicadores nacionales de salud, educación, ingresos, desigualdad, desigualdad de género y pobreza multidimensional en 187 países y territorios (United Nations Development Programme, 2011).

Un elemento distintivo del IDH es el rol que desempeña como referencia para el diseño de políticas públicas en los niveles de gobierno nacional y local, asimismo, se ha convertido en un monitor de los desequilibrios internos y globales en el desarrollo y la equidad social.

Otro de los factores de interés es el método con el cual se elaboran los listados, ya que los procedimientos empleados en el tratamiento de la información y las variables deriva en un modelo de clasificación que otorga relevancia a unidades específicas sobre otras, incidiendo tanto a nivel de las percepciones—internas y externas, personales, institucionales y sociales—como en el de la toma de decisiones o el diseño de políticas y estrategias.

Tal es el caso de los rankings de universidades e instituciones de educación superior, cuya promoción y consulta ha venido en ascenso, generando un amplio debate entre los distintos actores sociales vinculados con la educación superior (Ordorika y Rodríguez, 2010). Una parte de la discusión ha girado en torno a los métodos de medición aplicados a unidades complejas—como los son las universidades—y las repercusiones que tiene el aplicar un mismo instrumento de medición a unidades que se desarrollan en contextos diferenciados.

Mediante los rankings, centrados en los resultados de la investigación y la medición de citas y publicaciones, se instala una nueva escala de prestigio [...] en gran medida dominada por las universidades líderes anglo-americanas y se convierte en el medio de asignar posiciones en los circuitos productores de bienes de conocimiento y de identificar sus flujos de transmisión [...] El sistema de prestigio basado en rankings generalmente pasa por alto el valor social del conjunto más amplio de funciones académicas que cumplen las universidades (Ordorika y Rodríguez, 2008, p. 4).

El documento elaborado por la Dirección General de Evaluación Institucional de la UNAM en 2008, advierte las limitaciones metodológicas del *Academic Ranking of World Universities*, en aspectos tales como la utilización de un enfoque cuantitativo versus uno cualitativo, una mayor valoración de las tareas de investigación en menoscabo de las funciones educativas, procedimientos de ordenamiento, la definición de las instituciones susceptibles de incorporarse en el listado, los diversos tipos de universidades que es posible encontrar en cada país y el hecho establecer las jerarquías.

La metodología de los rankings más conocidos se basa en una aproximación de ‘ponderar y sumar’. Los puntajes estimados para las categorías individuales (indicadores) se multiplican por los pesos que se asignen a cada una de ellas (ponderación) y se suman para así obtener un puntaje total. Además de que el procedimiento de sumar y obtener promedios de categorías diferentes es

metodológicamente cuestionable, la asignación de los pesos es esencialmente una decisión arbitraria (Ordorika y Rodríguez, 2008, p. 15).

Destaca la tarea impulsada por la UNESCO en 2004 para conformar el Grupo de Expertos en Rankings Internacionales (IREG por sus siglas en inglés), quienes desde 2006 alcanzaron un acuerdo en torno a los elementos mínimos necesarios en la elaboración de los rankings de universidades, los aportes del grupo se encuentran en el texto *Berlin Principles on Ranking of Higher Education Institutions*.

Acuerdos como el alcanzado por parte del IREG, así como el creciente debate que se registra en torno a los índices y mediciones tanto de universidades como de programas académicos, permiten advertir el rol que cumplen las organizaciones informativas y editoriales en la generación y publicación de rankings, así como los efectos que estos contenidos tienen al articular debates, expectativas y percepciones.

En esta situación, un nuevo cuerpo de información comparativa, especialmente los rankings de instituciones y métricas de productos de investigación, se ha instalado en las agendas de los gobiernos nacionales y de las universidades. En este sentido los rankings operan como transmisores de señales sobre cuáles son los modelos universitarios exitosos, y por lo tanto fijan reglas y caminos para tratar de emularlos (Ordorika y Rodríguez, 2008, p. 4).

La capacidad de los rankings para instalarse en las agendas institucionales, se vincula también con la visibilidad mediática que obtienen a partir de dos elementos fundamentales: en primer lugar, son contenidos elaborados o reproducidos por las revistas y empresas informativas-editoriales; y en segundo lugar, las tecnologías de información y comunicación ofrecen amplias posibilidades para circular globalmente dichos contenidos.

Desde su aparición pública, los rankings internacionales, en particular el ARWU (2003 a la fecha) y el *World Universities Ranking* (2004 a la fecha), publicado por el *Times Higher Education Supplement*, han sido un fenómeno mediático relevante [...] diversos medios masivos en todo el mundo se encargan de divulgar, interpretar y comentar los resultados de estos instrumentos. Sobre todo en los países que cuentan con al menos una universidad en las listas de clasificación indicadas, la publicación de los rankings es primero recogida en medios como noticia, y posteriormente es objeto

de comentario a través de columnas de opinión que se encargan de valorar los resultados (Ordorika y Rodríguez, 2008, p. 6).

Visibilidad mediática—tanto del ranking como de las unidades incluidas en la medición—, incidencia en la agenda de gestión de las instituciones, difusión a través de las TIC y generación de modelos o parámetros para conceptualizar y medir el desempeño, son los principales elementos vinculados con la elaboración y publicación de rankings a los que habría que añadir, desde una perspectiva crítica, la necesidad de generar propuestas e insumos de información alternativos a los predominantes.

[...] otras posturas plantean la necesidad de disputar el espacio ocupado por los rankings globales y proponen la construcción de marcos de referencia, con indicadores y medidas alternativas, que no sólo contrarresten la visión reduccionista de la universidad promovida por los rankings, sino que recuperen y valoren la amplia gama de actividades y aportaciones que realizan las universidades (Ordorika y Rodríguez, 2008, p. 5).

Con relación a la periodicidad, el prestigio que adquiere una medición se asocia, en parte, a la posibilidad de que el ejercicio se lleve a cabo por lo menos cada año, como un criterio no sólo de actualización, sino de interés periodístico e informativo—en el caso de las revistas especializadas—sobre el estado que guarda el desempeño de las unidades en el entorno o ámbito temático al que se refiere el índice.

La periodicidad permite también establecer un criterio de continuidad y seguimiento al desempeño de las unidades, por lo que índices que han acumulado 30 o más años de presencia en la opinión pública pueden sumar tendencias históricas y frecuencias para las diferentes variables, aunque también es muy común el cambio o ajuste en la metodología para la elaboración de los rankings, por lo que existen variaciones entre ejercicios realizados en diferentes años o períodos.

Sin embargo, el uso de las tecnologías de información y comunicación también se vinculan con el factor de la periodicidad, introduciendo innovaciones no sólo en la difusión de la información—en las escalas global, regional y nacional—sino en cuanto a la posibilidad de contar con índices que se actualizan día con día, consultables desde Internet y aprovechando las características de las plataformas digitales.

Delimitación del objeto de estudio

El diseño de la investigación se realizó a partir de los tres ejes de análisis expuestos en el apartado anterior: a) papel de los rankings en el diseño de políticas públicas locales en materia de competitividad urbana, b) capacidad que tienen los índices de ciudades elaborados por revistas especializadas en economía, finanzas y negocios, para conferir relevancia o visibilidad dentro del *espacio de los flujos* a las ciudades incluidas en las mediciones, y c) difusión de rankings de ciudades alternativos desde una perspectiva estratégica de la comunicación.

En el desarrollo del primer eje de análisis se partió de las siguientes preguntas iniciales: ¿qué *rankings* aportan un parámetro para identificar el papel o la incidencia de este tipo de ejercicios en las políticas públicas locales?; ¿con respecto a qué *ciudades* o casos es factible recopilar información de campo para llevar a cabo el análisis propuesto?; y por último, partiendo de un enfoque metodológico cualitativo ¿qué *actores sociales* pueden aportar testimonios en relación al papel o incidencia de los rankings de ciudades en el diseño de política pública local en materia de competitividad urbana?

Rankings. El análisis quedó acotado a tres índices de ciudades representativos publicados en 2015, en este caso, todos ellos elaborados y difundidos por organizaciones periodísticas especializadas en economía, finanzas y negocios:

Mejores ciudades para hacer negocios en América Latina 2015 (52 ciudades enlistadas), *Américaeconomía* (Sotomayor, 2015)

Liveability ranking 2015 (ranking de habitabilidad o calidad de vida) (140 ciudades enlistadas), *The Economist Intelligence Unit* (The Economist, 2015)

Worldwide Cost of Living 2015 (costos de vida alrededor del mundo) (140 ciudades enlistadas), *The Economist Intelligence Unit* (2015)

Ciudades. Para el estudio de casos se consideraron cinco ciudades mexicanas: Ciudad de México, Monterrey (capital del Estado de Nuevo León), Puebla de Zaragoza (capital del Estado de Puebla), Santiago de Querétaro (capital del Estado de Querétaro).

Actores sociales o fuentes testimoniales. Siete entrevistas semiestructuradas aplicadas entre septiembre de 2014 y agosto de 2015. Seis con funcionarios vinculados directamente en el diseño e implementación de políticas públicas en materia de competitividad en ciudades

mexicanas y una con el editor del primer ranking de ciudades latinoamericanas de la revista *Américaeconomía*.

El segundo eje de análisis se abordó mediante la realización de un ejercicio empírico comparando el lugar y relevancia otorgados a las cinco ciudades mexicanas elegidas como casos por parte de los tres índices ya mencionados (elaborados por *The Economist Intelligence Unit* y *Américaeconomía*), con el lugar-relevancia otorgado a las mismas ciudades en otros once rankings elaborados por diferentes organizaciones.

El tercer eje del trabajo tiene que ver con un enfoque prescriptivo, apoyado en el marco conceptual, el análisis de la información de campo y un balance general del contexto sociopolítico urbano en el cual, los rankings—como parte de una estrategia de comunicación e información—pueden favorecer consensos sociales a nivel local en torno a un modelo de ciudad que conjugue la competitividad con la equidad y la sostenibilidad.

Si bien el análisis de los índices y mediciones de ciudades ha recibido un interés creciente de académicos y grupos de investigación adscritos a diversas disciplinas, luego de revisar el *estado del arte* se puede apuntar que no existe un modelo teórico y conceptual único para su problematización y/o construcción como objeto de estudio para la Comunicación.

Al no existir un constructo teórico-conceptual preexistente en torno al objeto de estudio denominado *ranking de ciudades*, fue necesario construirlo y problematizarlo a partir de tres líneas: prensa económica (Arrese, 2002), competitividad urbana (Pengfei & Kresl, 2010) y sociedad red (Castells, 2009).

La primera línea comprende una indagatoria de carácter histórico-documental acerca del origen y evolución del ranking (índice, listado, medición), vinculado tanto al desarrollo del sistema económico mundial (modo de producción capitalista) como al de la *prensa económica* dividido en cuatro etapas a partir del año 1500 y hasta el 2015.

La segunda línea, correspondiente al concepto de *competitividad urbana*, se desarrolla a partir de cuatro dimensiones: ámbito de estudio; concepto; política pública; rankings, medios de comunicación y flujos de información. La tercera línea es de índole teórico en torno a redes, *sociedad red* y espacio de flujos (Castells, 2009).

Objetivos, preguntas e hipótesis de investigación

En función de la anterior delimitación, se perfiló como objetivo de la presente investigación analizar el papel de los rankings de ciudades difundidos por organizaciones periodísticas especializadas en economía, finanzas y negocios—en particular *The Economist Intelligence Unit* y *AméricaEconomía*— en el diseño de políticas públicas locales en materia de competitividad urbana, y su correlación con la relevancia de las ciudades en el espacio de flujos. Los objetivos particulares, las preguntas e hipótesis de investigación quedaron centrados en:

- a) Identificar el papel asignado a los rankings difundidos por *The Economist Intelligence Unit* y *AméricaEconomía*, en el diseño e implementación de políticas públicas en materia de competitividad urbana, por parte de los funcionarios públicos locales vinculados con esta materia, en las siguientes ciudades mexicanas: Ciudad de México, Monterrey (Nuevo León), Puebla (Puebla) y Querétaro (Querétaro).
- b) Describir la correlación entre la incorporación en los rankings difundidos por *The Economist Intelligence Unit* y *AméricaEconomía*, de las ciudades mexicanas: Ciudad de México, Monterrey (Nuevo León), Puebla (Puebla) y Querétaro (Querétaro), y su relevancia en el espacio de flujos.
- c) Proponer estrategias de información y comunicación para la difusión de índices y mediciones de competitividad urbana que favorezcan los consensos sociales a nivel local en torno a las políticas públicas en materia de competitividad urbana.
- ✓ ¿Qué papel le es asignado a los rankings difundidos por *The Economist Intelligence Unit* y *AméricaEconomía*, en el proceso de diseño e implementación de políticas públicas en materia de competitividad urbana, por parte de los funcionarios públicos locales vinculados con la materia, en las siguientes ciudades mexicanas: Ciudad de México, Monterrey (Nuevo León), Puebla (Puebla) y Querétaro (Querétaro)?
- ✓ ¿Qué correlación existe entre, la incorporación en los rankings difundidos por *The Economist Intelligence Unit* y *AméricaEconomía* de las ciudades mexicanas: Ciudad de México, Monterrey (Nuevo León), Puebla (Puebla) y Querétaro (Querétaro), y su relevancia en el espacio de flujos?

- ✓ ¿A partir de qué estrategias y acciones, en materia de información y comunicación, es posible difundir índices y mediciones de competitividad urbana que favorezcan los consensos sociales a nivel local, en torno a las políticas públicas en materia de competitividad urbana?

Hipótesis de trabajo 1. Los rankings de ciudades difundidos por *The Economist Intelligence Unit* y *AméricaEconomía*, son considerados por los funcionarios públicos locales, como una parte de los indicadores que utilizan en el proceso de diseño e implementación de las políticas públicas en materia de competitividad urbana.

Hipótesis de trabajo 2. La incorporación de las ciudades mexicanas: Ciudad de México, Monterrey (Nuevo León), Puebla (Puebla) y Querétaro (Querétaro), en los rankings de ciudades difundidos por *The Economist Intelligence Unit* y *AméricaEconomía*, corresponde con su relevancia en el espacio de los flujos.

Hipótesis de trabajo 3. La difusión de índices y mediciones de competitividad urbana alternativos a los dominantes, es posible a partir de estrategias y acciones de información que atiendan a las dinámicas presentes tanto en el espacio de flujos como en la interacción entre ciudades asimiladas como nodos en la perspectiva de la sociedad red.

Estructura del trabajo

El presente documento se integra por cuatro capítulos los cuales reflejan la secuencia seguida en el trabajo de investigación, un apartado de conclusiones, otro de propuestas así como la relación de fuentes bibliográficas y de información consultadas.

En el **capítulo I** se desarrolla, desde la perspectiva de la *prensa económica*, una revisión histórico-documental de los periódicos, agencias, revistas, y empresas de medios (radio, televisión, y servicios de información) especializados en economía, finanzas y negocios, donde los rankings tienen sus raíces en el origen mismo de la prensa especializada en economía: comienzan con las listas de precios y embarques (1500-1860), transformándose en índices bursátiles (precios y cotizaciones de las bolsas valores en las principales ciudades, Dow Jones en Nueva York, FTSE en Londres y Nikkei en Tokio, elaborados por periódicos financieros) (1870-1950), para consolidarse finalmente como rankings (a partir

de 1955), cobrando su mayor auge a mediados de la década de los ochenta.

En el **capítulo II** se ahonda en los otros dos núcleos conceptuales: *competitividad urbana* y *sociedad red*, que se identificaron como pertinentes para delimitar, describir y analizar a los *rankings de ciudades* como objeto de estudio; concluye con el planteamiento de las hipótesis y la construcción de las categorías operativas de análisis.

El primer apartado del capítulo II presenta los enfoques prevalecientes en torno a la *competitividad urbana* a partir de cuatro dimensiones: a) ámbito de estudio, b) concepto, c) política pública y d) rankings, medios de comunicación y flujos de información. Con respecto al concepto de competitividad urbana, se presenta un resumen que permite identificar el desplazamiento que ha tenido desde su aplicación a las empresas, hasta su reformulación en la teoría económica y geográfica aplicada a los territorios. En cuanto al ámbito de las políticas públicas, se analizan como un modelo de ‘decisión y curso de acción’ con etapas como: selección y definición de problemas públicos, diseño, implementación y evaluación de resultados.

En el segundo apartado del capítulo II se aborda la perspectiva teórica de la *sociedad red* como el contexto donde se inserta la correlación entre *prensa económica* y *competitividad urbana*, a partir de dos componentes: *redes* y *espacio de flujos* (Castells, 2009).

El **capítulo III** expone el diseño metodológico empleado para la investigación, atendiendo a las hipótesis de trabajo y las categorías operativas desarrolladas en el capítulo II, bajo un enfoque mixto que facilitara:

- a) la recopilación, sistematización y análisis de testimonios, experiencias y percepciones de sujetos sociales, que dieran cuenta del papel que se asignan a los rankings de ciudades elaborados y difundidos por la prensa económica en el diseño e implementación de la política pública de competitividad urbana local.

El método aplicado en campo fue la *entrevista semiestructurada a expertos* (Álvarez-Gayou, 2010, p. 109; Behar, 2008, p. 55; Denzin & Lincoln, 2015; Dexter, 2012; Flick, 2007, p. 104, 2014; Hernández et al, 2010, p. 418; Kvale, 1996, 2011; Monje, 2011, p. 149; Taylor & Bogdan, 1987, p. 100; Valles, 1999, p. 177, 2002; Wengraf, 2012).

Se determinó que la *muestra de expertos* estuviera compuesta por cinco funcionarios públicos locales responsables del diseño implementación de políticas públicas en materia de competitividad de las ciudades seleccionadas como casos: Ciudad de México, Monterrey, Puebla y Querétaro; un exfuncionario local de la ciudad de Morelia; y el encargado de conceptualizar, elaborar y publicar la primera edición del ranking *Las mejores ciudades para hacer negocios en América Latina* de la revista *Américaeconomía*.

- b) La realización de un ejercicio empírico-comparativo con datos cuantitativos orientado a identificar y describir la correlación entre el lugar (entendido como relevancia de la ciudad-nodo en el espacio de flujos) asignado a la muestra de cuatro ciudades mexicanas en los rankings de *The Economist* y *AméricaEconomía*, con respecto al asignado en otras once mediciones realizadas por diferentes tipos de organizaciones, en la escala global, regional y nacional.

Partiendo de la información proporcionada por las entrevistas y con el análisis de 14 rankings (tres elaborados la prensa económica y 11 por diferentes tipos de organizaciones), fue posible trazar un ejercicio comparativo basado en operaciones aritméticas básicas, con la idea de fijar un rango de relevancia de las ciudades como nodos en el espacio de flujos propio de la sociedad red.

El ejercicio empírico comparativo con datos cuantitativos si bien no es concluyente—toda vez que arribar a la descripción de una correlación clara entre índices de la prensa económica y relevancia de las ciudades en el espacio de flujos involucra una exploración más amplia—, sienta las bases para ampliar la línea de trabajo centrándola mucho más en las interacciones e intercambios tangibles e intangibles entre nodos.

El **capítulo IV** compila y analiza los datos cualitativos y comparativos recabados en campo. Los datos cualitativos provienen de siete entrevistas: cinco con funcionarios vinculados al diseño e implementación de políticas públicas en materia de competitividad urbana de las ciudades de México, Monterrey, Puebla y Querétaro, una con un exfuncionario de la ciudad de Morelia, y otra con el responsable de la conceptualización del

ranking de ciudades de la revista *AméricaEconomía*. Los datos comparativos provienen de un ejercicio empírico realizado con 14 rankings, índices y mediciones de ciudades.

Con respecto a la primera línea de investigación (papel de los rankings de ciudades difundidos por *The Economist Intelligence Unit* y *Américaeconomía*, en el proceso de diseño e implementación de políticas públicas locales en materia de competitividad urbana), los **principales resultados** (obtenidos de los datos cualitativos, entrevistas) son:

- a) El papel que juegan los rankings de ciudades en el proceso de las políticas públicas es como: indicador, datos o termómetro; son importantes, útiles y válidos; se toman en cuenta como referencia para el diagnóstico y datos para la toma de decisiones.
- b) Los rankings permiten: hacer comparaciones (*benchmark*), ordenar el mercado; identificar: áreas de oportunidad, escenarios, temas prioritarios; mejorar resultados y analizar cómo las metrópolis sortean los desafíos que se les presentan.
- c) Sin embargo, los entrevistados expresaron críticas, consideraciones y reservas con respecto a los rankings, ya que: no presentan una medición integral de la competitividad urbana (aunque asumen que tampoco es su función-objetivo); el ejercicio (basado en seleccionar y listar) involucra omisiones; por último, algunos indicadores pueden ser demasiado generales y en ocasiones parciales.

Con respecto a la segunda línea de investigación (correlación entre la incorporación en los rankings difundidos por *The Economist Intelligence Unit* y *AméricaEconomía*, de ciudades mexicanas (Ciudad de México, Monterrey, Puebla y Querétaro), y su relevancia en el espacio de flujos, el ejercicio comparativo entre rankings arrojó que, en efecto: la relevancia asignada por los rankings de la prensa económica a las ciudades, coincide con la asignada en los rankings elaborados por diferentes tipos de organizaciones; sin embargo, hace falta recabar y correlacionar más datos acerca de las interacciones e intercambios (tangibles e intangibles) entre las ciudades dentro del espacio de flujos para tener un punto de referencia sólido sobre su relevancia como nodos.

En el apartado de **conclusiones** se exponen los principales resultados del abordaje conceptual, amplía la reflexión en torno a los resultados del trabajo en campo, plantea las implicaciones y posibilidades que—se infiere—tiene el uso de determinados parámetros e

indicadores bajo los que se asigna el grado de competitividad a los territorios para la gobernabilidad urbana y la construcción de consensos en torno al modelo de ciudad.

Con respecto a las **propuestas**, se puntualizan acciones a realizar desde una perspectiva estratégica de la comunicación, para posicionar rankings de ciudades que faciliten la deliberación pública y el diálogo social-comunitario con respecto al desarrollo de la ciudad.

En el último apartado se hace énfasis en las posibilidades que ofrecen los índices, listados y mediciones en la construcción de consensos sociales, aprovechando su capacidad para vehiculizar los elementos constitutivos del concepto, idea o modelo de ciudad contemporánea competitiva, desde una perspectiva crítica que considera tanto la existencia de rankings predominantes como el sesgo mercantil que se encuentra en el origen tanto de la prensa económica como de los listados.

Sin embargo, atendiendo a las dinámicas de comunicación e información que abre el paradigma informacional propio de la sociedad red (Castells, 2009), así como a las nuevas correlaciones que plantea un ecosistema de medios ampliado por los contenidos digitales (Scolari, 2012), en la sección de propuestas se analiza la posibilidad de impulsar indicadores y ejercicios de medición alternativos a los predominantes con iniciativas provenientes de la sociedad civil, los centros de investigación, las fundaciones, las coaliciones de gobiernos locales o los medios de comunicación que también pudieran interesarse en este ejercicio, sin descartar la conformación de figuras como la de los *observatorios urbanos*, desde donde se pueda hacer una apuesta por indicadores enfocados a aspectos como la equidad, la multiculturalidad o, por ejemplo, el potencial para activar proyectos en el concepto de *economía cívica* (Conway & Murphy, 2012).

En **síntesis**, ante los cambios, transformaciones y convergencias que presenciamos en el ecosistema de medios de comunicación e información desde finales del siglo XX y en las primeras décadas del siglo XXI, el trabajo propone ahondar en el análisis de las pautas de integración entre los contenidos periodísticos especializados (en este caso, los rankings de ciudades) y la toma de decisiones en el proceso de diseño de políticas públicas locales en materia de competitividad en ciudades mexicanas, así como en la visibilización de su relevancia en el espacio de los flujos.

CAPÍTULO I. Prensa Económica y Rankings. Concepto y Evolución Histórica

En la categoría de *prensa económica*, de acuerdo con Ángel Arrese, se incluyen “[...] las publicaciones periódicas de actualidad, cuyos contenidos informan prioritariamente de temas y acontecimientos económicos en general, y que se dirigen mayoritariamente a personas con responsabilidades o interés en la toma de decisiones en ámbitos variables como la política económica, las finanzas, el comercio y los negocios” (2002, p. 17).

Las actividades financieras y comerciales en una escala global se caracterizan por un uso intensivo de datos, información y análisis del entorno, aunque estas características no son únicas del actual estadio económico, tanto en las civilizaciones antiguas como en el mundo occidental en la Edad Media o el Renacimiento se generaban ya diferentes tipos de hojas y manuscritos que daban cuenta del contexto en el que se desarrollaban los intercambios comerciales (Parsons, 1990, p. 11).

Táuler (1991) afirma que “[...] un sistema económico se activa por decisiones que conectan *flujos de información* a objetivos [por lo que] al poner en relación *economía e información*, se vislumbra un sistema económico nuevo—que se desarrollará alrededor de la producción de *valores de información*—distinto de los sistemas anteriores, desarrollados en función de la producción de valores materiales” (como es citado en Esteve, 2004, p. 264).

En el mercado informativo se pueden encontrar diarios (periódicos), revistas, agencias de noticias, servicios de información (como *newsletters*, alertas, carpetas y *dossiers*), estaciones de radio, canales de televisión y plataformas digitales (en Internet) cuyo eje es la información económica, financiera, bursátil y comercial; revistas como *The Economist*, *BusinessWeek*, *Forbes*, canales de radio y televisión como *Bloomberg*, agencias de noticias como *Dow Jones*, *CNNMoney*, o periódicos como *The Wall Street Journal*, *Corriere della Sera* o el *Nikon Keizai Shimbun* que en el año 2000 tiraba 3 millones de ejemplares en su edición matutina y 1.6 millones en la vespertina (Arrese, 2002, p. 298-301).

Además de la oferta informativa periodística antes descrita, se encuentra un conjunto de publicaciones académicas y técnicas, se trata de las revistas (*journals*) publicadas por universidades, institutos y centros de investigación, así como organismos nacionales e internacionales.

La diversidad de títulos y abordajes presentes en las revistas académicas (*journals*) de alcance nacional, regional y global; así como la oferta información periodística en periódicos, revistas (*news magazines*), agencias de noticias, estaciones de radio, programas de televisión y plataformas digitales, dan cuenta de un ámbito en el que se generan diferentes contenidos y tiene lugar la deliberación, el análisis, la opinión y el debate.

El periodismo económico también incorpora infografías, fotografías y caricaturas, al igual que la prensa generalista, las encuestas y sondeos han extendido su presencia en estos medios. Dos de los contenidos característicos de la prensa económica son: los índices de precios y cotizaciones (bursátiles, cambiarios o de materias primas) que se presentan enlistados como tales y también se incorporan en notas periodísticas; así como los rankings, listas y mediciones de desempeño comparado.

Desde una perspectiva crítica es fundamental señalar que en el escenario contemporáneo de la prensa económica, al igual que ocurre en el de los medios y las telecomunicaciones en general, estamos en presencia de un fenómeno de concentración, lo cual se ha traducido en la formación de redes globales de empresas multimedia (Castells, 2012, p. 90), las cuales son poseedoras de todo un conjunto de medios, *clusters*, marcas, *holdings* y subsidiarias, que incluyen desde luego canales y plataformas para la distribución de contenidos.

Este escenario de concentración se corresponde con otro de globalización y transnacionalización tanto en la producción de contenidos, como en la operación financiera de dichas organizaciones, aunque su presencia e incidencia en los entornos locales y regionales es contundente, el plano local representa la base geográfico-territorial para la distribución y comercialización de sus contenidos.

En este sentido, es posible advertir una tercera característica de la dinámica organizativa y empresarial en la que se encuentra inmersa gran parte de la prensa económica: los consorcios mediáticos—como empresas soportadas por diferentes modelos inversión y organización de accionistas—han diversificado su participación en los mercados financieros, puede ser el mismo consorcio o sus accionistas mayoritarios tomen parte en otros sectores de la economía que no necesariamente corresponden (al menos en un primer momento) con el de la información y la comunicación.

Entre 2002 y 2007, las empresas de comunicación se mantuvieron a flote gracias a la gran afluencia de inversiones de fondos privados y capitales de riesgo para financiar sus fusiones y adquisiciones [...] los fondos de capital privado invirtieron 50.000 millones de dólares en empresas de comunicación (Castells, 2012, pp. 137-138).

Muchos de los grandes consorcios mediáticos al estar emplazados comúnmente en grandes ciudades y en muchas ocasiones, con una historia y evolución común, compartida, con sus ciudades de origen, son actores económicos, es decir, inversionistas con intereses concretos en sus propias ciudades o en otras. De igual forma, como organizaciones especializadas en información, crean ya sea dentro de la misma empresa o bien como una subsidiaria, gabinetes de análisis y consultoría para empresarios y gobiernos locales, estos últimos en algunas ocasiones llegan incluso a diseñar políticas públicas.

Una cuarta característica de este escenario es la alta rotación en la propiedad de los medios o marcas de medios (cabezales de periódicos, revistas, estaciones o conglomerados de medios audiovisuales y digitales), el ámbito corporativo de los medios es de un intenso dinamismo: son frecuentes la compras, fusiones, alianzas y acuerdos para generar o circular contenidos, operar plataformas, comercializar o administrar el mercado publicitario, o bien, para utilizar las redes digitales o los atributos de los dispositivos móviles, sobre todo a partir de la crisis económica global de 2008.

Es importante subrayar que las cuatro características antes referidas no operan de forma homogénea y en toda la prensa económica, en este sentido, si bien es cierto que se advierte un escenario tendiente a la concentración, también lo es que se trata de un entorno heterogéneo en cuanto al modelo de organizativo y financiero de las empresas periodísticas, por lo que el análisis de casos permite clarificar las implicaciones que tiene dicho modelo en el contexto actual, y en particular, en cuanto a la elaboración de rankings de ciudades.

En este sentido, la primera línea de análisis a desarrollar es de carácter histórico-documental y consiste en describir la evolución tanto de la prensa económica como de uno de sus contenidos: el *ranking* en general y el *ranking de ciudades* en particular; esta revisión permitió identificar cuatro períodos en el desarrollo de la prensa económica, los cuales si bien no existen en un estricto sentido histórico, se delimitaron a partir de la información disponible.

I.1. Evolución Histórica de la Prensa Económica. Análisis en Cuatro Etapas.

I.1.1. Primera etapa: de las listas de precios a la Lloyd's List (1500-1769).

Cien años después de que Gutenberg imprimiera la Biblia (en 1456), hacia la segunda mitad del siglo XVI sobrevino una etapa de expansión para el comercio mundial como resultado de la colonización y la explotación de los recursos provenientes de los territorios anexados por parte de las potencias de la época en diferentes regiones del mundo.

El inicio de la Edad Moderna (Tenenti, 2011) estuvo signado por los avances y expansión de la marina mercante, las rutas de navegación y la consolidación de los puertos (o las ciudades portuarias) como redes, nodos y espacios para los flujos e intercambios.

En ese tiempo iban a confluír: la posibilidad misma de la existencia del periódico, el producto más novedoso derivado de la imprenta; el surgimiento del ‘capitalismo comercial’, con las especiales necesidades informativas derivadas de la actividad mercantil [y bancaria]; y la aparición, como consecuencia de lo anterior, de cierta variedad de opiniones en torno a la actividad económica de los ciudadanos y de los Estados (Arrese & Vara, 2011, pp. 17-18).

La publicación de las llamadas *listas de precios*—que contenían las relaciones de precios corrientes de productos y materias primas, así como la descripción de la carga transportada por los buques—y los primeros periódicos representan el punto de arranque en la evolución histórica de la *prensa económica*.

Las relaciones de precios corrientes que se empezaron a publicar en las últimas décadas del siglo XV en Venecia y en otras plazas comerciales del centro de Europa (Amberes, Frankfurt, Amsterdam y Hamburgo), reemplazaban formalmente y en contenidos—incluso en el lenguaje utilizado—, a las manuscritas *listini dei prezzi*, elaboradas por los agentes de mercaderes italianos ya en el siglo XIV (Arrese, 2002, p. 27).

La ciudad de Amsterdam durante el siglo XVII llegó a ocupar el lugar de Venecia, Amberes y Génova como epicentro de los intercambios comerciales en Europa, posteriormente Amsterdam cedería su lugar como centro nodal para la economía internacional frente al ascenso y posterior predominio de Londres y Nueva York.

Entre los siglos XVI y XVII las principales ciudades europeas contaban con tres tipos de medios de información: redes privadas de información económica y comercial financiadas por comerciantes, hombres de negocios y banqueros; publicaciones (algunas centradas en la información económica, otras de carácter político-literario y otras más de asuntos generales) en el formato de boletines, hojas volantes (*newsletters*) y gacetillas (las primeras de estas aparecen en Alemania hacia 1609) a las que tenía acceso todo el público (Arrese, 2002, p. 25), dando lugar al tercer tipo de medio: las *gazette* que comenzarían a publicarse entre 1631 (en París) y 1662 (en Amsterdam) (Briggs & Burke, 2006).

Los primeros periódicos habían comenzado a circular en la primera mitad del siglo XVII en ciudades como Estrasburgo (en 1605) y París (la *Gazette* en 1631), ya sea como canales de comunicación política para los partidos o bien como publicaciones de carácter general, en el caso de periódicos Holandeses como *Hollantsche Mercurius* (fundado en 1651) y *Amsterdamze Mercurious* (el cual data de 1663) la información comercial ya constituía una parte esencial de sus contenidos (Arrese, 2002, p. 29).

Hacia finales del XVII Londres relevó a Amsterdam como principal centro financiero y comercial de Europa; en 1662 en el Reino Unido deroga la llamada *Licensing Act of the Press* con lo cual la prensa quedaría libre de la obligatoriedad de licencias y permisos, ambos hechos sirven para explicar a inicios del siglo XVIII en Londres surgiera un conjunto de medios a los que se ya se les puede categorizar como prensa económica.

En este período, destaca el caso de *Course of Exchange* fundado por Jonh Castaing en 1697, como la semilla de dos periódicos financieros y comerciales que salieron a la esfera pública hacia finales del siglo XIX y cuya importancia continúa hasta nuestros días: el *Financial Times* de Londres (fundado en 1888) y el *Wall Street Journal* de Nueva York (creado en 1889) (Arrese, 2002, p. 31).

Las primeras publicaciones que reunían información y debate de ideas económicas, agrarias y comerciales—que servirían de modelo a *The Economist*—fueron el *Collection of the Improvement of Housbandry and Trade* creada por John Houghton en 1692 y *The Mercury* o *The True Character of Mercurius Urbanicus & Rusticus, or the City and Country Merchant* que comenzó a circular hacia 1667 aproximadamente (Arrese, 2002, p. 33).

I.1.1.1. *Lloyd's List: esfera pública, ciudad y prensa económica.*

Lloyd's List es uno de los medios emblemáticos—por su antigüedad y carácter fundacional, el cual se edita hasta el día de hoy—entre los múltiples periódicos, revistas, agencias de noticias, estaciones y programas de radio y televisión que actualmente forman parte del ecosistema de medios agrupado en el segmento categorizado como *prensa económica*.

La historia de este medio representativo inicia cuando en 1680 el joven Edward Lloyd migra con su familia a la ciudad de Londres proveniente de la vecina Canterbury. Hacia 1688 se había convertido en el propietario de una de las 80 casas de café que operaban en el Londres de finales del siglo XVII. *Lloyds Coffee House* abrió sus puertas en Tower Street, una ubicación estratégica en las inmediaciones de la calle Thames, cercana a la Oficina de la Marina, en el antiguo distrito de la ciudad, la zona comercial y financiera enmarcada por los vestigios de las murallas romanas, que datan del año 50 (en que *Londinium* fue fundado durante el período de la ocupación por parte del imperio romano) al 200 (Lloyd's, 2013).

La localización elegida por Edward Lloyd resultó clave para el establecimiento, toda vez que las cafeterías fungían como un centro de encuentro para empresarios y mercaderes quienes buscaban u ofertaban diferentes bienes y servicios (Zanuck & Macgowan, 1939).

Londres se había logrado sobreponer al gran incendio que en tres días (del 2 al 5 de septiembre de 1666) devastó grandes porciones del casco antiguo, y su importancia como centro del comercio internacional colocó a Lloyd y su café en el punto de confluencia de dos requerimientos presentes en la operación de la actividad económica de la ciudad: la demanda por buques, seguros de carga e información útil para cerrar tratos.

El café llegó a ser reconocido como el lugar idóneo para obtener seguros marítimos por parte de un grupo de afianzadores independientes que se daban cita en el local para negociar las aseguranzas, este grupo de afianzadores a la postre se sindicaron y más tarde formaron un comité que dio como resultado la corporación aglutinada en torno a la marca británica Lloyd, de gran ascendencia global dentro del rubro de seguros (Lloyd's, 2013).

En aquella época las rutas marítimas fungían como el sistema circulatorio del sistema económico, buques, ciudades-puertos, cargamentos, navegantes, banqueros-financieros, territorios colonizados constituían el espacio de flujos de una red mundial.

Si bien Edward Lloyd no incursionó en el negocio de los seguros de carga marítima, como propietario del café fue visionario y debido a factores como la ubicación, las facilidades y los servicios para el sector que atendía (que iban desde proveer con café turco, aperitivos y alimentos a los parroquianos, quienes requerían siempre pluma, papel, tinta, listas de precios, newsletters, gacetillas y periódicos, hasta la posibilidad de llevar a cabo una singular modalidad de subastas ‘*con vela encendida*’), logró consolidar su local como un referente vinculado con la vocación económica y comercial de Londres en esa época (Lloyd’s, 1960; Zanuck & Macgowan, 1939).

Edward Lloyd hizo del café un centro de información especializada para los actores económicos que ahí confluían; dio así origen a un distintivo tanto para el negocio de los seguros y como para el ámbito de la prensa económica (Arrese, 2002; Lloyd’s, 2013).

En el Londres de 1600, los negocios se hacían en el Royal Exchange, pero las noticias y la información eran reunidas en la atmósfera sociable de las casas de café. Dentro de las casas de café, empresarios, escritores y poetas podían beber, pensar y hablar a lo largo de la noche (Lloyd’s, 1960, 2013).

En diciembre de 1691 Lloyd muda la ya emblemática casa de café al 16 de Lombard Street a tan sólo unos pasos del recinto que albergaba al *Royal Exchange*, que era el punto neurálgico de la actividad comercial de Londres (Lloyd’s, 2013).

Continuó proporcionando los servicios que ya tenía acreditados entre su clientela, sólo que en 1692 añade una variación: comienza a publicar *Lloyd’s News* una hoja regular con información de buques, cargas y hechos acontecidos en el extranjero, alimentada por una red de corresponsales distribuidos en los principales puertos de Europa (Arrese, 2002).

Lloyd’s News—antecedente directo de *Lloyd’s List*—dejaría de publicarse hacia 1697, la breve incursión en el medio periodístico-editorial del propietario de la casa de café más reconocida en el medio de la marina mercante londinense de finales del XVII e inicios del XVIII, representa uno de los precedentes más importantes para el *sub-ecosistema de medios* que se agrupan en torno al concepto de *prensa económica*, cuyo desarrollo acumula ya por lo menos 320 años y que en el caso de *Lloyd’s List*, continúa vigente y publicándose hasta nuestros días (Arrese, 2002; Maritime Intelligence, 2016).

I.1.2. Segunda etapa. Debates ideológicos, primeras revistas y consolidación de los periódicos locales generales y económicos (1770-1860).

Con el inicio de la primera etapa de la Revolución Industrial—plasmada en la primera industrialización de Inglaterra—la cual comenzaría aproximadamente en 1760 y concluiría en 1860 (Comín, 2013; Tenenti, 2011)—, la prensa económica viviría lo que puede calificarse como un segundo momento en su evolución (Briggs & Burke, 2006).

De manera paralela al desarrollo económico y la consolidación de los sistemas de información y comunicación, las ciudades se continúan reafirmando como el ámbito en el que se desarrollan los intercambios comerciales, se dictan las políticas económicas y se consolidan los principales mercados bursátiles internacionales (fue en Amsterdam donde nació, en el siglo XVII, la primera Bolsa de valores propiamente moderna).

La creación de esa estructura informativa sobre cuestiones económicas era consecuencia de la extensión de una nueva tecnología—la imprenta—, pero también de la aparición de una nueva mentalidad, la burguesa, especialmente preocupada por los asuntos materiales tras el éxito del espíritu laico de la Reforma y del racionalismo [...] el desarrollo del capitalismo comercial que siguió a la era de los descubrimientos, con la emergencia de las grandes compañías por acciones del XVI y de mercados financieros interconectados y cada vez más complejos, demandó ofertas de información estables [...] sobre los movimientos de los precios (Arrese, 2002, p. 36).

En 1755 se funda en Francia el *Journal Encyclopédique*, precursor de las ideas ilustradas, abordaba desde una perspectiva científica los temas económicos y una muestra de la prensa ‘literario-filosófica’ que se sumaría al variado panorama de la prensa francesa que jugaría un rol determinante en la Revolución de 1789. Publicaciones similares en el caso británico son *Gentelman’s Magazine* (1731), *London Magazine* (1732) y *Scots Magazine* (1739).

En 1758 se funda el *Tableau Oeconomique* como medio de divulgación de la Escuela de los Economistas o Fisiócratas. En 1759 inicia la publicación del *Journal du Commerce* que en 1764 se incorporaría como suplemento de la *Gazzete du Commerce* (fundada en 1763). En Gran Bretaña, entre los inicios y hacia la mitad del siglo XIX sobresale el modelo de las *reviews*, publicaciones periódicas que daban cuenta de las novedades bibliográficas existentes en diferentes campos del conocimiento aderezadas con las opiniones del

reseñista, que en ocasiones llegaba a desarrollar verdaderos ensayos sobre la materia del libro en cuestión, representando verdaderos vehículos para la difusión de las ideas.

[...] los intelectuales más sobresalientes de la época [...] convirtieron a las *reviews* en lectura casi obligada de las clases educadas. Con audiencias que en algún caso concreto llegaron hasta los 50,000 lectores, fue grande la influencia de estas publicaciones en ámbitos teóricos y prácticos de la vida política, económica y social inglesa de la primera mitad del XIX (Arrese, 2002, p. 43).

Destaca el *Edinburgh Review* (de 1802), donde publicó algunos trabajos Adam Smith (autor de *La Riqueza de las Naciones*). El debate en torno al libre comercio y el rol del Estado en la política monetaria fueron, entre otros, los temas que ocuparon la tarea editorial de personalidades de la época como Malthus, Ricardo, Horne, Thornton, James Mill y su hijo John Stuart Mill, McCulloch, Torrens y Senior en revistas como *Quarterly Review* (1809), *Westminster Review* (1824) y *Blackwood Review* (1817).

La discusión pública de los principios de la economía clásica [en las revistas] tuvo lugar en el marco de una batalla política protagonizada por conservadores y liberales, centrada en la lucha de intereses entre los defensores de la protección comercial y de la intervención pública en asuntos económicos, por una parte, y los promotores del *laissez faire* y el libre comercio, por otra (Arrese, 2002, p. 46).

Un resumen del período que abarca de mediados del siglo XVIII y al primer tercio del siglo XIX, permite identificar como elementos de referencia en el debate económico las propuestas intelectuales de los fisiócratas franceses y el debate en torno al libre comercio (o el liberalismo económico) en Gran Bretaña. De acuerdo con Arrese (2002, p. 51), hacia 1846 la economía política irrumpe en la agenda de debate público protagonizado por las élites ilustradas (Habermas, 2010, 2014) a través de los medios de comunicación.

Junto con la tradicional *información* sobre los mercados financieros y de bienes y servicios difundida a través de publicaciones especializadas, y de forma creciente en la prensa de interés general, se consolida en este período la discusión de *ideas* económicas [...] La transición desde los primeros periódicos de información comercial, las hojas de precios corrientes, hasta las publicaciones ilustradas, ejemplificadas en revistas científico-literarias y *reviews*, pasando por la creación de un

mercado de diarios de información general, con el *Times* como principal paradigma europeo, sienta las bases para que surja una prensa especializada en economía a lo largo del siglo XIX (Arrese, 2002, pp. 51-53).

En cuanto a la información económica en México se publicaba uno de los primeros periódicos económicos de la región, el *Jornal Económico Mercantil de Veracruz*, cuyo primer ejemplar data del 1 de marzo de 1806 (y concluyó en julio de ese mismo año), así como tres antecedentes de revistas: el *Semanario Económico de México* (cuyo primer número está fechado el 4 de enero de 1810) y el *Semanario de la Industria Mexicana* (fundado en 1841), ambos con una periodicidad irregular, y *El Economista Mexicano. Semanario de Asuntos Económicos y Estadísticos* que representaría el proyecto con mayor solidez y continuidad al publicarse desde febrero de 1886 y hasta enero de 1915.

A través de publicaciones como *The Edimburgh Review* y *The Economist*, las ideas económicas llegaron a ser [...] un lenguaje común en el debate público: sus términos y conceptos entraron, como pensaba Walter Bagehot (el tercer editor que tuvo *The Economist* de 1861 a 1877), en la vida de la nación [...] (Parsons, 1990, p. 5).

Existe un claro vínculo entre la evolución de la prensa económica y la difusión del pensamiento, las teorías y los conceptos acuñados en el campo académico-intelectual propio de la economía, así como un puente con el ámbito de diseño de las políticas públicas, a lo que diferentes estudiosos de la relación *prensa económica-pensamiento económico* han identificado como una difusión o propagación del *discurso económico*.

Las figuras de Karl Marx y John Maynard Keynes, y sus años de máxima actividad periodística, enmarcan bien al conjunto de teóricos de la economía que durante casi un siglo se asomaron con asiduidad a las páginas de los periódicos, algunos como redactores en plantilla, para brindar a la opinión pública, nacional e internacional, sus ideas, análisis y propuestas [...] En 1841 aparecía la *Rheinische Zeitung*, en la que en los dos años siguientes escribiría regularmente Karl Marx (Arrese, 2002, p. 96).

Los modelos de medios franceses y británicos lograron convertirse en un referente por su alcance global, también llegaron a ser representativos al desarrollarse en el epicentro geográfico-territorial de la sociedad occidental justo en el arranque de la edad moderna, aunque no fueron un fenómeno único o exclusivo de esos países.

I.1.3. Tercera etapa. Internacionalización de la prensa económica: agencias de noticias, grandes periódicos, índices bursátiles, revistas y convergencias multimedia (1870-1970).

I.1.3.1. Agencias de noticias: el caso de Reuters.

Entre los hechos relevantes en este tercer periodo, destaca la que podría calificarse como la primera *convergencia tecnológica multimedia*—entendida como la confluencia de plataformas y soportes, que implica también la transformación de las tareas dentro de los medios y la adopción de nuevas formas de procesar y difundir la información (Scolari, 2009)—, que permitiría a los grandes diarios, tanto generales como especializados, su internacionalización: se trata de la incorporación del telégrafo eléctrico (ya desarrollado para 1837) a las redacciones de los diarios. Posteriormente, llegaría la máquina de escribir (1829) y la fotografía que se integra a los periódicos por primera vez en 1880.

La propia evolución del telégrafo daría lugar a un nuevo tipo de organización especializada en información: la agencia de noticias; en el caso de Europa las tres más importantes eran *Havas*, *Wolff* y *Reuters* que iniciaron sus operaciones entre 1835 y 1851, cuando la red telegráfica alcanza su mayor expansión y consolidación. De igual forma, algunas agencias de noticias u organizaciones especializadas en información económica serían el origen de periódicos (como el modelo *Dow Jones-The Wall Street Journal*).

En el caso de *Reuters* es importante considerar que en sus inicios fue concebido como un servicio de información financiera y comercial, los primeros usuarios en el arranque de sus actividades en la ciudad de Londres en 1851 eran empresas. Ese año el alemán Paul Julius Reuter pone en marcha una oficina en la ‘City’ de Londres para transmitir las cotizaciones de los mercados bursátiles entre la capital británica y París a través de un cable entre los puertos de Calais y Dover, en 1865 se denominaría *Reuter’s Telegram Company*.

A principios de 1880 en Norteamérica operaban otras organizaciones similares como la agencia de noticias *Kiernan Wall Street Financial News Bureau*, fundada al término de la guerra civil. En noviembre de 1882 se funda el servicio de *Dow, Jones & Company*, para 1883 inicia la publicación de un boletín diario, *Customers Afternoon Letter*, que daría paso el 8 de julio de 1889 al periódico *The Wall Street Journal* (Blanchard, 1998, p. 683).

Reuters en 1870 se expandió por Europa, en 1872 llega a Oriente Próximo y en 1874 a Sudamérica gracias al desarrollo de la telegrafía en tierra y la instalación de cables submarinos, junto con la incorporación del teletipo y el télex.

En 1923 *Reuters* incursionaría en la radio transmitiendo noticias internacionales, en 1925 la Associated Press (AP) agencia de noticias del Reino Unido tomaría una participación mayoritaria en *Reuters*, que en 1927 introduce el *teleprinter* como medio de distribución de noticias en los periódicos londinenses.

Reuters lograría consolidarse como una agencia de noticias de referencia para la información general: conflictos bélicos, acontecimientos políticos y transformaciones socioculturales de todo tipo fueron plasmados no solamente a través de los cables informativos (*télex*), sino también mediante fotografías (fotoperiodismo), reportajes y materiales audiovisuales para la televisión y el cine.

A partir de 1963 *Reuters* volvería a su base fundacional renovando la oferta de productos y servicios informativos orientados al medio económico, bursátil y de negocios. En 1973 pone en operación *Reuters Monitor*, un mercado electrónico para realizar operaciones con divisas, el servicio se amplió para entregar noticias y precios de valores, materias primas y monedas, derivando en el lanzamiento en 1981 de *Reuter Monitor Dealing Service*.

Para 1984 *Reuters* cotizaría como empresa abierta en la bolsa de Londres; en 1994 pone en funcionamiento *Reuters Business Briefing*, concebido como un servicio de información de negocios sobre el mercado corporativo.

En abril de 2008, Thompson Corporation—una empresa canadiense que en su momento operó y posteriormente vendió medios como el periódico *Scotsman*, *Sunday Times* y *The Times*—adquirió *Reuters*, dando lugar a la creación de *Thompson Reuters Corporation* fundada en Toronto, Canadá y con operaciones dirigidas desde Nueva York, E.U.A., uno de los mayores consorcios de información que operan en la actualidad en más de 100 países y con más de 60,000 empleados alrededor del mundo.

I.1.3.2. Grandes periódicos e índices bursátiles.

Precisamente en las ciudades que se colocan como ‘eje’ de los flujos financieros y comerciales a nivel mundial (Londres, Tokio y Nueva York), se consolidarían tres de los periódicos económicos más importantes en el sistema informativo-periodístico global: *Financial Times* (Londres, 1888), *The Wall Street Journal* (Nueva York, 1889) y *Nihon Keizai Shimbun* (Tokio, 1945); con la fundación de estos títulos se confirmaría el rol de estos tres centros urbanos como ámbitos en donde se realizan las tareas de coordinación y gestión de los flujos financieros mundiales entre Europa, América y Asia (Sassen, 2001b).

Otra innovación importante en el ámbito de los diarios financieros se originó a partir de la competencia que mantenía el *Financial News* y el *Financial Times*, que colocó como leyenda debajo de su cabecera la frase: “Without Fear and Without Favour”, es decir, “sin temor y sin favor”; a partir de 1893 Douglas Gordon MacRae quien se encontraba al frente del *Financial Times* determinó que la impresión de ese diario se hiciera sobre papel color salmón, lo que hasta ese entonces era estilado solamente por algunas publicaciones deportivas. La impresión de los diarios financieros sobre papel asalmonado se convirtió en un distintivo para algunos títulos que prevalece hasta nuestros días (Arrese, 2002, 2011).

La agencia de Kiernan es un referente para el origen de otro de los medios que lograron marcar tendencia: *The Wall Street Journal*, fundado por Charles H. Dow y Edward D. Jones—precursores del índice bursátil más popular para determinar el desempeño de acciones pertenecientes al sector industrial de la economía norteamericana—quienes se conocieron durante su trabajo como periodistas en Kiernan. En noviembre de 1882 Dow y Jones fundan su servicio de noticias bajo la firma *Dow, Jones & Company*, para 1883 iniciaron la publicación de un boletín diario, *Customers Afternoon Letter*, que daría paso el 8 de julio de 1889 al *Wall Street Journal*.

Como ya se ha venido exponiendo, la prensa económica se configura desde sus orígenes en torno a los flujos de información implícitos en los modelos de intercambio económico, de esta manera, en los siglos XVI y XVII las listas de precios ocuparon un lugar relevante (en función del comercio internacional y su expansión debido a las colonias), con el advenimiento del llamado capitalismo financiero hacia el fin de la primera revolución

industrial, los listados reflejaban ahora los intercambios en el mercado bursátil internacional, empresas de información como la fundada por Dow y Jones encuentran en esta suerte de ‘re-conversión’ de los flujos económicos un nicho de mercado para sus productos, contenidos y servicios periodístico-informativo.

A partir de este momento, los índices de precios de las acciones—como en su momento lo fueron las listas de precios—ocuparon un lugar preminente en la oferta principalmente de los diarios financieros, aunque estos se replicaban en la prensa generalista y se traducían en espacios de análisis e investigación en las revistas especializadas.

Los tres índices bursátiles más importantes en el mercado global de capitales surgirían asociados a tres grandes diarios financieros y las bolsas de valores de sus ciudades:

- Para el caso del mercado norteamericano el índice Dow Jones (vinculado con *The Wall Street Journal* establecido en Nueva York), es el más antiguo de los índices bursátiles a nivel mundial, en sus inicios (1884) abarcaba 12 compañías, se amplió a 20 en 1916 y finalmente a 30 en 1928. Actualmente referirse al *Dow Jones* es considerar al menos 130,000 índices elaborados a partir de cuatro promedios básicos aplicables a empresas estadounidenses: industrial, de utilidades, de transportes y compuesto.
- A partir de 1935 el *Financial Times* (con sede en Londres) comenzó a desarrollar una amplia gama de índices bursátiles como el *Financial News Index* (que empezó el 1 de julio de 1935) y el *Financial Times (FT) Index* (del 1 de enero de 1947). El *FTSE All-Share Index* (que opera hasta la actualidad), fue creado en 1962, incluye a las 594 empresas más importantes de Reino Unido, en función de su capitalización en la Bolsa de Londres.
- El periódico *Nihon Keizai Shinbun* (con base en Tokio), desarrolló su primer índice bursátil en mayo de 1949 con una base de 100 empresas. Desde 1971 se denomina *Nikkei 225* comúnmente denominado índice *Nikkei* (acrónimo del periódico), lo componen las 225 empresas más importantes que cotizan en la Bolsa de Tokio.

A partir de este momento de consolidación y expansión (50’s y 60’s) la década de los 70 estaría marcada por los grandes tirajes: el *Nihon Keizai Shinbun* imprimía 853,000 ejemplares en 1962, *The Wall Street Journal* alcanzó los 1.3 millones de ejemplares en 1971, y el *Financial Times* distribuía 170,000 (Arrese, 2002; Arrese & Vara, 2011).

I.1.3.3. *Revistas.*

En los años que corren entre 1870 y 1970, continuará siendo importante el papel de las revistas en la difusión del pensamiento y el debate económico, toda vez que en esta etapa la Economía emerge como disciplina.

Durante la segunda mitad del siglo XIX, la figura de Walter Bagehot en *The Economist* (fundada en 1843) es clave para comprender esta interrelación, ya que logró tender un puente entre la opinión pública (dando acceso al debate económico presentando los temas económicos de una forma accesible para el grueso de los lectores) y la política económica.

[Walter Bagehot] era un banquero, pero es más recordado por su obra política y en particular por sus artículos sobre la constitución británica [...] Fue Bagehot quien amplió el alcance del [*The Economist*] en la política. También fue responsable de fortalecer enormemente el interés en Estados Unidos que *The Economist* siempre ha demostrado. Bajo la dirección de Bagehot, quien argumentó que "El objetivo de *The Economist* es arrojar luz en los temas de su área", la influencia del diario creció (*The Economist*, 2016).

En Londres surgía *The Banker's Magazine* (1844), coincidiendo con la expansión de los mercados financieros y bancarios; en 1845 aparece la primera revista estadounidense dedicada a los aspectos bancarios: *The Bankers' Weekly Circular and Statistical Record* (Arrese, 2002, p. 66).

Es importante subrayar que la preminencia de la información financiera coincide con el agotamiento de la primera etapa de la revolución industrial, basada en las manufacturas, y el impulso al llamado *capitalismo financiero*, el cual implicaba una articulación en la escala internacional de los mercados. De acuerdo con Fred Hirsch (1977), durante el periodo de la posguerra, la prensa económica experimentó un momento en que de manera clara un grupo de periodistas alcanzó gran influencia en el diseño de la política económica británica y en la divulgación de lo que hasta hoy se conoce dentro del pensamiento económico como 'Keynesianismo' (como se cita en Parsons, 1990, p. 6).

En este sentido, hay una diferencia entre el rol de la prensa económica en el Reino Unido con respecto a los Estados Unidos, ya que Londres representaba el espacio de deliberación

en torno a las ideas económicas, mientras que los inversionistas norteamericanos estaban a la búsqueda de hechos, datos, pistas e inclusive trascendidos que les hicieran obtener rendimientos, más que lecciones de teoría económica (Parsons, 1990, p. 6).

En los años previos a la gran crisis económica del 29, verían la luz una serie de publicaciones que representarían al modelo de la *revista de negocios*. En este rubro se encuentran las revistas norteamericana *Forbes* (1917), *BusinessWeek* (septiembre de 1929) y *Fortune* (1930), con quienes concluiría una etapa en la evolución de la prensa económica y al mismo se abriría un nuevo escenario en el desarrollo de los medios y la difusión de la información periodística. Las tres grandes publicaciones norteamericanas—‘*The Big Three*’ como son conocidas desde hace algún tiempo en el argot periodístico—fueron fundadas en un período de tiempo muy corto, en medio de la denominada *era dorada* de las revistas estadounidenses (Arrese, 2002, p. 90; Blanchard, 1998, pp. 109-110).

Forbes “la revista de y para el empresario”, sería definida públicamente años después como: ‘*The Capitalist Tool*’; *BusinessWeek* era una publicación más técnica e informativa, muy centrada en las necesidades de los directivos; y *Fortune* era una publicación de mayor calado intelectual, orientada a situar y analizar el mundo de los negocios desde una perspectiva más amplia, con especial atención a cuestiones sociales, políticas y culturales (Arrese, 2002, p. 93).

El mercado de las revistas se expandiría en la década de los setenta con títulos como *Money* puesto en circulación en 1972 por *Time Inc.* e *Institutional Investor*, enfocados en el primer caso a la información sobre finanzas personales y, en el segundo, a grandes inversores institucionales, que para 1976 alcanzaría un tiraje de 650.000 ejemplares (Arrese, 2002).

Los modelos de periodismo económico anglosajones confirmarían su posición predominante, por lo que en los años ochenta se daría de forma casi ‘natural’ la expansión y réplica del modelo a nivel regional-global. En 1979 *Business Week* vendía 810.000 ejemplares, *Forbes* 680.000 y *Fortune* 670.000; hacia 1980 *The Economist* vendía cerca de 50 mil ejemplares tan sólo en el mercado norteamericano. De acuerdo con Arrese (2002, pp. 211-212) la década de los ochenta se caracterizó por la ‘fiebre’ de revistas económicas y de negocios.

I.1.3.4. *Televisión y radio.*

Si bien a partir de la primera década del siglo XX la radio había venido evolucionando hasta integrarse en diferentes espacios e interacciones sociales y la televisión comenzaba en 1927 sus primeras emisiones en sistemas mecánicos (para 1933 lo haría con televisores electrónicos), la información periodística especializada en economía tendría sus primeros proyectos televisivos concretos hacia mediados de la década de los sesenta y estos se consolidarían a mediados de los años setenta.

En Alemania en 1963 salió al aire el primer *magazine* económico para la televisión: *Der Markt-Wirtschaft für Jedermann*, la BBC comenzó en 1965 a emitir con regularidad su primer programa económico bajo el título *Money Programme* al que posteriormente se sumaría *Weekend World*. La televisión pública norteamericana contaría hasta noviembre de 1970 con su primer propuesta con *Wall Street Week*.

En Gran Bretaña, el *Money Programme* de la BBC fungió como modelo y escuela de periodismo económico televisivo desde su fundación. En los años setenta, seguía siendo la principal revista televisiva de economía y negocios, que completaba la información diaria que los noticiarios de la *BBC* y la *ITN* daban sobre esos temas (Arrese, 2002, p. 190).

La información financiera y empresarial constituía la base de las principales nuevas iniciativas en televisión. En Estados Unidos, este período se puede enmarcar entre el ya citado nacimiento de *Wall Street Week* (en 1970), los del programa *Moneyline* en la recién creada *CNN* (en 1980) y del canal temático *Financial News Network (FNN)* fundado un año después (en 1981) (Arrese, 2002, p. 87).

Los medios generalistas al reforzar y consolidar sus secciones de economía y finanzas (con noticias, análisis y opinión), logran alcanzar autonomía en la cobertura económica. La década de los ochenta marcaría también un parteaguas para la radio en Estados Unidos con los programas *Business Report* y *Consumer Report* elaborados por periodistas del *Wall Street Journal*. En la década de los ochenta, las tres cadenas norteamericanas de televisión más importantes —NBC, CBS y ABC— tenían ya contenidos enfocados al segmento económico-financiero como *NBC Nightly News*, *60 Minutes* y *20/20*. La prensa económica entraba plenamente a un *escenario multimedia* (Blanchard, 1998, pp. 109-110).

I.1.4. Cuarta etapa. Rankings y plataformas digitales en la prensa económica contemporánea (1980-2015).

Los *rankings* (*ratings*, índices, listados o mediciones) se han logrado consolidar como uno de los contenidos característicos de la prensa económica contemporánea y de manera particular de las revistas. La revista *Fortune* ha elaborado dos de los rankings con mayor tradición dentro de los medios económico-financieros: *Fortune 500* el listado empresas más importantes de los Estados Unidos cuya primera edición apareció en 1955 y *The Fifty-Million Dollar Man* puesto en circulación en Noviembre de 1957.

Dentro de esta evolución, la década de los ochenta representa un momento importante para la prensa económica contemporánea, ya que es en ese contexto que se definieron muchos de los rasgos que la distinguen y en el que los *rankings* tendrían un fuerte impulso por parte de publicaciones emblemáticas.

[La década de los ochenta se considera] un período de optimismo económico, de renovada confianza en el libre discurrir de las fuerzas del mercado, y de creciente internacionalización de los procesos económicos, financieros y empresariales [...] millones de ciudadanos corrientes pasaron a convertirse en pequeños inversionistas [...] En buena parte de los países occidentales, esa situación de bonanza y optimismo permitió un verdadero <boom> de la prensa económica especializada, similar de alguna forma al vivido un siglo antes con el nacimiento de los grandes diarios financieros [...] Al tiempo que crece el peso de los contenidos económicos en todo tipo de medios (Arrese, 2002, pp. 162-163).

Pero la década de los ochenta también representó para América Latina una ‘década perdida’ (Girón, 1998), en virtud de las crisis económicas que vivieron diferentes países—como México—, así como la presiones inflacionarias y en el tipo de cambio con respecto al dólar norteamericano, que precipitaron corridas especulativas, aumento en la deuda externa y un convulsionado panorama en la economía de los sectores más vulnerables, asalariados y de bajos ingresos del campo y la ciudad. En ese contexto surgieron en México los periódicos especializados *El Financiero* (1981) y *El Economista* (1988).

En este contexto serían importantes (junto con muchas otras publicaciones de diferentes regiones) los casos de las revistas: *Fortune* (que en 1979 vendía 670,000 ejemplares), *Forbes* (con 680,000) y *BusinessWeek* (con 810,000 en el mismo año) de Norteamérica, la

británica *The Economist* (con ventas de 510,000 ejemplares en 1992) (Arrese, 2002, p. 172), la latinoamericana *AméricaEconomía* (cuya audiencia en 1990 rondaba los 200,000 lectores) y el conglomerado multimedia norteamericano *Bloomberg L.P.* (con ventas reportadas en 1989 por 100 millones de dólares) ambos fundados en 1986.

El ranking—como contenido y ejercicio periodístico—jugaría un rol fundamental, lo cual queda de manifiesto en el episodio denominado por Arrese como la ‘batalla de los rankings’ (2002, p. 214) que arrancarían en 1982 cuando la revista *Forbes* reformula el legendario índice *Fortune The Fifty-Million Dollar Man* para desarrollar su popular *Forbes 400, the richest people in America*, así como el *Business Week Top 1000* de las compañías con mayores índices de capitalización en la bolsa de valores, que representaría la competencia directa para el tradicional listado *Fortune 500*.

Este interés por los rankings llegó a los diarios, y no sólo a los estadounidenses. En 1982 el *Financial Times* comenzó el FT500, el primer ranking de las mayores compañías europeas por capitalización bursátil. Respondía de alguna forma a otro ranking publicado por *The Times*, *The Times 1000*, en torno a las empresas británicas (Arrese, 2002, p. 214).

A continuación se ahondará en los casos de tres medios que pueden considerarse como representativos de la prensa económica contemporánea: *The Economist*, *Bloomberg L.P.* y *Américaeconomía*, en este ejercicio de delimitación conceptual se han elegido estos cinco casos en virtud de que sintetizan el modelo funcional-operativo de este tipo de empresas en el contexto de la sociedad red y el espacio de flujos, asimismo han logrado innovar y consolidar sus rutinas de producción de rankings, índices, listados y mediciones.

I.1.4.1. *The Economist: los índices como información para la toma de decisiones.*

En el caso de la revista *The Economist* durante la ‘batalla de los rankings’ apostó a la “elaboración de tablas de información económica e índices [...] en 1983 empezó a publicar [en las páginas finales de la revista] los <Economic and Financial Indicators> y en 1986 su famoso <Big MacCurrencies Index>” (Arrese, 2002, p. 214).

Con el *Índice BigMac* y la página de *Indicadores Económicos y Financieros por País* la revista *The Economist* inició el desarrollo de productos informativos y de monitorización de mercados-economías de diferentes regiones y ciudades, que se vieron fortalecidos por su

unidad de investigación y análisis *Economist Intelligence Unit (EIU)* creada en 1946.

El *Índice Big Mac* estableció un hito en este clase de mediciones, ya que sobre la base del precio que tiene un mismo producto, en este caso la hamburguesa *Big Mac* de la cadena *McDonald's*, es posible establecer una referencia aproximada del estado de las economías nacionales a partir del tipo de cambio y el poder adquisitivo del salario.

A través de *Economist Intelligence Unit* esta organización editorial genera reportes en diferentes áreas como la democracia, la seguridad alimentaria o la sustentabilidad, y sus *rankings de ciudades: Global Liveability Ranking* y *Worldwide Cost of Living Report*.

El *Worldwide Cost of Living Report* se publica desde 1985, reúne y compara más de 400 precios relacionados con 160 productos y servicios en 140 ciudades y establece un comparativo de costos de vida entre ciudades. El *Global Liveability Ranking* mide las condiciones de ‘habitabilidad’ y/o calidad de vida en 140 ciudades ubicadas en los cinco continentes a partir de 30 factores cualitativos y cuantitativos agrupados en cinco rubros: estabilidad, salud, cultura y medio ambiente, educación e infraestructura.

Los rankings de ciudades cuentan con versiones de consulta libre, sin embargo mediante el pago de una cuota se puede acceder a un reporte completo por ciudad o bien a la base de datos para combinar variables por conjuntos de ciudades.

Fundada el 2 de septiembre de 1843 “como una publicación de ideas” (Arrese, 2011, p. 203) durante los debates sobre la economía de mercado, el librecambio y el papel del Estado en el auge de la Revolución Industrial, *The Economist* se ha logrado posicionar como un referente de la prensa económica contemporánea (ya que cubre la actualidad económica y política de todas las regiones del mundo) y un modelo organizacional (Arrese, 1995; Edwards, 1993). Karl Marx la calificaría en *El 18 Brumario de Luis Bonaparte* publicado en 1852 como “el órgano de la aristocracia financiera”.

Ha sobrevivido a los largo de diferentes épocas ajustando su estructura organizativa y financiera, la cual se compone de un director, con total libertad para definir los contenidos periodísticos, arropado por un cuerpo de *trustees* (fideicomisarios) que posibilitan el que no pueda ser cesado por sus posturas o por no sucumbir ante presiones comerciales, además de un cuerpo directivo en función de áreas específicas para la operación del grupo. En la

distribución de las acciones de la empresa se busca que ningún accionista se haga con más del 50%. El modelo de negocios de contenidos online de acceso libre y por suscripción le han permitido mantener un flujo constante de lectores (Arrese, 1995).

I.1.4.2. *Bloomberg L.P.: multimedia, multiplataforma y gestión urbana local.*

De acuerdo con Arrese (2002) *Bloomberg L.P.* ha seguido “un itinerario contrario al de la mayoría: de medios y modos informativos innovadores a medios y modos convencionales, incluido el mercado más tradicional, el de las publicaciones impresas” (p. 360).

En 1981 Michael Bloomberg crea la pequeña *startup Innovative Market Systems*, enfocada en el suministro de información en tiempo real del comportamiento de los mercados globales, “[...] su verdadera innovación era convertir la información disponible en distintos formatos almacenados en un ordenador, que además tuviese el *software* necesario para realizar ciertos análisis a partir de ellos” (Arrese, 2002, p. 360), el modelo de negocio se complementa con las terminales (*hardware*) que reciben y procesan la información.

En 1986 la *startup* da paso a *Bloomberg L.P.* que en 1987 abriría oficinas en Londres y Tokio. La década de los noventa representó un periodo de expansión: en 1988 contaba con 5,000 terminales instaladas, en julio de 1995 operaban ya 50,000 terminales, en julio de 1998 alcanzó las 100,000 terminales en cerca de 90 países (Bloomberg, 2001).

En 1992 comienza a publicarse la primera revista del consorcio: *Bloomberg Markets* al tiempo que incursiona en la radio y en 1994 en los contenidos televisivos (basada en cintillos con información en tiempo real que se desplegaba en la pantalla a la par de los contenidos, comúnmente noticiarios, de televisión en diferentes canales).

El consorcio lo componen ocho divisiones o marcas subsidiarias y una agencia de proyectos especializada en gestión urbana: *Bloomberg Professional* que operaba 164,000 terminales, *Bloomberg News* la agencia de noticias con cerca de 1,000 periodistas que proveían de información a más de 350 medios impresos y electrónicos, *Bloomberg Televisión* con un alcance potencial de 180 millones de hogares, *Bloomberg Radio* con cinco estaciones, *Bloomberg Magazine* y *Bloomberg Businessweek*. En 1998 inicia operaciones *Bloomberg Tradebook* enfocada en la contratación de acciones y compra-venta de productos financieros a través de Internet (Arrese, 2002, p. 362; Purnick, 2009).

Otra faceta de las operaciones de la marca a través de plataformas digitales es *bloomberg.com* que representa “una infraestructura de comunicación complementaria de su contenidos” y opera bajo el “modelo de negocio de información *on line* gratuita y masiva” (Arrese, 2002, p. 362; Winkler & Sondang, 2014).

A través de esta plataforma impulsó una innovación en el ámbito de los rankings, con el lanzamiento en marzo de 2012 del índice *Bloomberg's Billionaires* (los veinte multimillonarios a nivel mundial), calculando diariamente el patrimonio neto de las personas enlistadas y ofreciendo las estimaciones sobre el monto de su riqueza derivadas de la información económica obtenida en tiempo real (Bloomberg, 2016).

Actualmente Forbes publica su ranking a través del cual se puede monitorear en tiempo real el desempeño de los capitales de 1,826 billonarios de todo el mundo, Bloomberg se ha quedado con un índice acotado a 200 registros. En 2014 el secretario general de la ONU Ban Ki-moon, nombró a Michael Bloomberg (luego de fungir como Alcalde de Nueva York de 2002 a 2013) como enviado especial de la ONU para las Ciudades y el Cambio Climático, su labor se centra en ayudar a ciudades y países a alcanzar una serie de metas que coadyuven en la mitigación de los efectos derivados del cambio climático.

Con esta finalidad en 2013 creó *Bloomberg Associates* la cual ofrece servicios consultoría para los gobiernos locales de diferentes ciudades a nivel mundial, con el objetivo de coadyuvar en proyectos e intervenciones en el territorio enfocados a mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

I.1.4.3. La revista *Américaeconomía* y su ranking de ciudades regional.

La revista *Américaeconomía* se funda en 1986 en Santiago de Chile a iniciativa de Nils Strandberg y Elías Selman, a los seis meses de su puesta en marcha *Dow Jones & Company* adquirió el 50% de las acciones de la empresa debido a las dificultades de financiamiento por las que atravesaba la revista.

Dow Jones era el accionista ideal, ya que *América Economía* nacía con la *Far Eastern Economic Review* como modelo. A la altura de 1990, *América Economía* era la principal revista de economía y negocios para toda Latinoamérica, con una audiencia en torno a los 200.000 lectores (Arrese, 2002, p. 200).

Con la creación de la revista *Américaeconomía* se atendería el entorno regional con un producto periodístico que en términos tanto organizativos como de contenidos, se guiaría por los cánones de la prensa económica norteamericana y británica, con una fuerte vocación por la agenda empresarial, de negocios e inversión en la zona, sin dejar a un lado la ciudad de Miami como un nodo con características socioculturales que facilitan la interacción con Latinoamérica, atendiendo a nichos de lectores por país.

En marzo de 1996 lanzó la edición en portugués, apegándose al modelo de periodismo económico norteamericano, reforzado en la década de los ochenta por la ‘guerra de los rankings, esta publicación comenzó a desarrollar una amplia oferta de índices como el de las 500 empresas o los 1000 directivos líderes en la región “que la convirtieron casi en un producto de primera necesidad en los niveles ejecutivos de las grandes corporaciones” (Arrese, 2002, p. 289).

Para 1999 su audiencia se estimaba en 350,000 lectores y de acuerdo con análisis internos, “84% de ellos estaban ubicados en cargos de alta gerencia en las más importantes empresas de la región [...] el 85% de los lectores podían leer noticias en inglés, pero el 83% prefería leerlas en español (Arrese, 2002, p. 289).

Como resultado de las inversiones que destinaban los grandes conglomerados mediáticos en proyectos que les dieran acceso a los mercados locales y regionales de información especializada, la principal competencia para esta publicación serían las ediciones en español que en la década de los noventa pusieron en circulación *Wall Street Journal* y *Fortune*, así como *Latin Trade* que se publicó hasta 1997 en idioma inglés (con más de 25,000 ejemplares), cuando a partir de ese mismo año lanzó su versión en español rebasó los 100,000 ejemplares.

En 1993 crea su unidad de análisis y estudios *Américaeconomía Intelligence* “para apoyar la toma de decisiones ejecutivas” (a similitud de Economist Intelligence Unit), en 1998 lanzaría su plataforma digital *Americaeconomia.com* y en el año 2000 publicaría la primera versión del ranking *Las Mejores Ciudades para Hacer Negocios en América Latina*.

Junto con los rankings de empresas y directivos latinoamericanos, uno de los contenidos con los que la revista logró consolidar su posición como un medio especializado es el

ranking de *Las Mejores Ciudades para Hacer Negocios en América Latina* que comenzó a publicar en el año 2000 y el cual ha venido apareciendo hasta su edición de junio de 2015.

El listado se compone de 52 ciudades latinoamericanas (una característica relevante es la inclusión de Miami, Florida, en los Estados Unidos), la posición de cada ciudad dentro del ranking se asigna de acuerdo con el porcentaje total (o agregado) que obtienen en función de ocho *dimensiones ICUR*, se trata de un índice desarrollado por *AméricaEconomía Intelligence* el cual mide: marco social y político; marco y dinamismo económico; servicios a empresas; servicios a ejecutivos; infraestructura y conectividad física; capital humano; sustentabilidad y poder de marca.



Como parte del trabajo de campo se realizó una entrevista con el responsable de la conceptualización, diseño y desarrollo de este proyecto periodístico: Luis Felipe Abarca Zárate, quien fuera (del año 2000 al 2005) director de la Unidad de Inteligencia y de Investigaciones Panregionales en *AméricaEconomía Intelligence*.

Los resultados de la entrevista son presentados en extenso dentro en la sección dedicada a la información de campo (apartado IV.1.2), para fines del trabajo conceptual y documental en esta sección se presenta una síntesis del testimonio ofrecido por Luis Felipe Abarca en tres núcleos de temáticos:

- a) Concepto y contexto bajo los cuales se diseñó el ranking, los indicadores considerados para hacer la medición y el tamaño de la muestra de ciudades.
- El concepto del ranking fue, desde un inicio, medir la competitividad de las ciudades

latinoamericanas (como un entorno) para ‘hacer negocios’:

- Otra idea detrás del ranking era el descifrar y advertir fenómenos y tendencias futuros, aportar una visión prospectiva.
- Los indicadores que inicialmente se consideraron para el rankings fueron: tamaño de las economías locales (una dificultad en este rubro fue la de integrar o separar ciudades y zonas metropolitanas), potencial económico en términos del PIB urbano (en función del tamaño de la población), PIB urbano *per cápita*, infraestructura en servicios para las empresas, eficiencia de los sistemas de la ciudad, seguridad y niveles de delincuencia (sobre todo en los costos de operación de las empresas), conectividad, costos de los servicios de telecomunicación, calidad de vida, imagen-posicionamiento (cómo percibían los ejecutivos de la región distintas ciudades) y vocación.
- El tamaño de la muestra de ciudades fue ampliándose de manera gradual, comenzó con más de 15 ciudades, el segundo año fueron más de 20, el tercero 25 y para el quinto año (2005) el ranking contaba ya con una muestra de 32 ciudades.
- La ciudad de Miami, Florida (Estados Unidos de América) se incorporó desde la primera edición debido a que—de acuerdo con Luis Felipe Abarca—muchas empresas multinacionales latinoamericanas tienen instalaciones o centros de operación en esa ciudad.

b) Efectos y dinámicas que se generaron con la publicación de la primera edición del ranking y en sus primeros años como parte de la oferta de información (2000 a 2005) de la revista *AméricaEconomía*.

- Entre los aspectos que derivaron de la publicación del ranking está el que se generó un *benchmark* o *punto de comparación* entre ciudades latinoamericanas (desde la perspectiva de la prensa económica).

- El ranking aporta incide, de acuerdo con el entrevistado, en al menos en cinco ámbitos:

1) ordena la oferta y el mercado; 2) genera una discusión en torno a la importancia de la gestión del territorio; 3) incide en el diseño de políticas públicas con los sectores público y privado (con la perspectiva del posicionamiento y el *city marketing*); 4) incorpora en la región temas como el *diferencial de la ciudad* (Philip Kotler) y la atracción de talento (Richard Florida); por último, 5) incide en un entorno donde gobiernos de ciudades medias y pequeñas realizan acciones orientadas a participar en ámbitos o mercados regionales específicos, como la realización de convenciones o el denominado ‘turismo de salud’.

- El grupo de analistas y concretamente Abarca Zárate, en ese periodo son invitados a diferentes foros para debatir y analizar el fenómeno de la competitividad urbana, el

entrevistado identifica un conjunto de países con mayor interés en la temática: Argentina, Brasil, Chile y México, pero con mayor intensidad, Colombia.

- c) Cambios y tendencias en los medios de comunicación y en la producción de información especializada (con respecto al año 2000 en que se lanzó el ranking).
- Internet amplía la posibilidad de discutir e informarse sobre temas urbanos.
 - Los rankings ahora están siendo elaborados por múltiples actores, ya no sólo por medios de comunicación ‘tradicionales’.
 - Se observa un avance económico que no es exclusivo de las grandes ciudades, aparecen en el escenario ciudades medias y pequeñas que participan en los intercambios.
 - Derivado de lo anterior, los habitantes de ciudades (de diferentes tipos y escalas) reclaman mayor información sobre su entorno.
 - Hay un mayor ‘empoderamiento’ de los habitantes de la ciudad quienes se involucran en los proyectos a realizarse en la ciudad.
 - Se requieren índices y en general, contenidos e información que permitan ordenar y jerarquizar los temas.
 - Paradójicamente, los medios ‘tradicionales’ (revistas, periódicos, televisión) generan menos índices y en sus organizaciones escasean los equipos para desarrollar estos ejercicios.

I.2. Resumen: Rankings de Ciudades y Prensa Económica en la Evolución y Convergencia del Ecosistema de Medios.

A lo largo del presente apartado se ha llevado a cabo una revisión histórica, documental y conceptual acerca de la prensa económica y los rankings (índices, listados, mediciones, ratings), específicamente los rankings de ciudades; a partir de esta revisión es posible dejar establecidos una serie de elementos que permiten describir y delimitar el objeto de estudio:

- El concepto de prensa económica alude a un conjunto de medios de comunicación e información presentes en el ecosistema de medios contemporáneo (Arrese, 2002; Scolari, 2008, 2015), cuyos soportes, plataformas o formatos abarcan medios impresos (periódicos y revistas), electrónicos-audiovisuales (radio, televisión, satelitales) y digitales (redes de información del comportamiento de los mercados globales en tiempo real, portales Internet con recursos de acceso libre y restringido).
- Por otra parte, hace referencia a contenidos con información, análisis y opinión enfocados en temas económicos, financieros y comerciales, en correlación con

variables, factores o contextos sociales, políticos y culturales. Uno de los contenidos característicos de la prensa económica son los rankings, índices, listados, ratings y mediciones, se trata de ejercicios comparativos entre unidades que compiten o cooperan en un ámbito o sector de la economía. Entre otras, las ciudades han sido consideradas como una de estas unidades. Los rankings son difundidos por esta categoría de medios de comunicación a través de sus soportes, plataformas y formatos en el ecosistema de medios (Arrese, 2002; Arrese & Vara, 2011).

- El surgimiento tanto de la prensa económica como de los rankings se encuentra estrechamente vinculado con la consolidación del mercantilismo, el capitalismo comercial y financiero (que se desarrollan en la Edad Moderna, durante los siglos XVI-XVIII en Europa) (Comín, 2013). El desarrollo y evolución de la prensa económica se da en función de las etapas subsecuentes del modo de producción capitalista (Marx, 1867): la revolución industrial (primera y segunda), la globalización del mercado de capitales (Comín, 2013) y la sociedad red como su expresión contemporánea (Castells, 1999a, 2009). La evolución de la prensa económica se da en función de, y se explica por, los factores presentes en el avance de la economía capitalista a nivel mundial.
- En el desarrollo de la prensa económica y sus contenidos, tienen un papel determinante un conjunto de tecnologías —que atravesaron por un proceso de uso y apropiación social (Briggs & Burke, 2006)— así como un modelo de organización que (en términos de régimen de propiedad, esquema empresarial y visión de mercado) evolucionó a lo largo de cuatro diferentes etapas.
- En el primer período (1500-1769), serían determinantes las tecnologías de navegación e imprenta. Las primeras organizaciones en las que se producía la información especializada eran básicamente una iniciativa de personajes de la época quienes hacían acopio de los datos y utilizaban las facilidades que ofrecían los marcos regulatorios aplicables al servicio postal y la imprenta en la mayoría de los países del centro de Europa, para poner en circulación las hojas volantes, gacetillas y los primeros periódicos como *Lloyd's List*, proyecto generado a instancia de Edward Lloyd, propietario y administrador de uno de los cafés londinenses que (entre 1680 y 1750) se convertiría en el punto de confluencia e información para el

medio de la marina mercante y el naciente mercado de aseguranzas para embarcaciones. El caso de *Lloyd's List* refleja la correlación entre prensa económica y ciudad, la cual se mantendrá durante la evolución de esta categoría de medios. El contenido generado por las organizaciones, precedente directo de los rankings e índices, eran las listas de precios y la relación de las mercancías con las que los barcos llegaban a los puertos. Se trata de un contenido orientado a atender las necesidades de información con un carácter comercial y mercantil.

- Durante la segunda etapa (1770-1860) la principal tecnología continuó siendo la imprenta aunque en un momento en el que se consolida como un medio masivo ya que logra cubrir una demanda creciente de lectores, aumentando los tirajes de los periódicos y dando cabida a un medio impreso con un formato distinto: la revista (o *review*) que atiende las necesidades de los mercados locales. Se calcula que durante la primera mitad del siglo XIX en el Reino Unido las revistas más populares podían alcanzar un estimado de 50 mil lectores. En cuanto a las organizaciones, además de las revistas—como iniciativas de editores y especialistas en economía adscritos a corrientes de pensamiento, principalmente de corte liberal, como *The Economist* en 1843—, los periódicos especializados en información tanto general como económica consolidan un modelo empresarial y periodístico, comenzando a estructurar los primeros monopolios; destacan los primeros periodistas económicos y financieros, al tiempo que los académicos y teóricos de la economía adquieren una mayor visibilidad al colaborar como articulistas o columnistas en periódicos y revistas. Las organizaciones periodístico-informativas especializadas en economía tienen presencia ya no sólo en Europa, sino también a lo largo del continente americano y de manera incipiente en el lejano Oriente. Con respecto a los contenidos, una vez establecidos y asentados los sistemas y géneros de información, el área de desarrollo se ubica en la opinión y el debate teórico, ideológico y conceptual en torno a la política económica, el papel del Estado en la regulación de los mercados y el libre comercio, este debate se ve reflejado principalmente a través de las revistas, lo anterior redunda en una propagación del discurso económico.
- Se identifica como un tercer momento (1870-1970) en la evolución de la prensa económica, los años que comprenden a la segunda revolución industrial y la gradual

expansión global del mercado de capitales (que paradójicamente inicia con el *crack* bursátil de 1929), como un periodo de internacionalización y convergencias multimedia. En el rubro de tecnologías el ecosistema de medios se vería expandido por las convergencias derivadas del telégrafo eléctrico (1837), las redes de telegráficas submarinas (1852) y su recombinação con las redes telefónicas internacionales (1930) que darían como resultado el *teletipo* y el *télex* los cuales abrirían la posibilidad de transmitir y recibir textos (en un principio, de forma codificada) a distancia de manera simultánea. La imprenta alcanza su madurez y adquiere una escala masiva por lo que está en condiciones de realizar grandes tirajes e incorporar la fotografía en los periódicos y las revistas (1880). Posteriormente, con el desarrollo de la radio, la televisión y los enlaces satelitales estos también se convertirían en canales importantes para la difusión de información económica. Debido a la convergencia tecnológica suscitada por el telégrafo, en el ecosistema de medios aparece un nuevo tipo de organización periodístico-informativa: la agencia de noticias (1835), cuyos servicios (como en el caso de Reuters, fundada en 1851) abarcan la cobertura de los mercados bursátiles y financieros internacionales. En las tres ciudades que fungirían como nodos globales para el mercado de capitales a partir de la segunda mitad del siglo XX (Londres, Tokio y Nueva York), surgen y se consolidan los tres grandes periódicos (calificados así debido a sus amplios tirajes y su presencia internacional y/o a través de la participación en proyectos editoriales locales o regionales) especializados en economía y finanzas: Financial Times (Londres, 1888), Wall Street Journal (Nueva York, 1889) y Nihon Keizai Shinbun (Tokio, 1945), que representarían un modelo para otras publicaciones alrededor del mundo. Hacia el final del periodo (en la década de los setenta) las empresas especializadas en economía tanto periodísticas como de servicios de información, avanzarían a un escenario multimedia al adquirir o establecer alianzas/asociaciones con empresas de radio, televisión y comunicación satelital; comenzaría así la conformación de grandes conglomerados mediáticos, es decir, la concentración en la propiedad de marcas, canales y plataformas. Al igual que los periódicos, las revistas ofrecerían en sus páginas una perspectiva amplia en cuanto a opinión y análisis teórico, ideológico y conceptual respecto a la política económica como un

ámbito del diseño de política pública que comienza a ser permeado por el debate y la deliberación que se genera a través de los principales medios impresos. Surgirían en Norteamérica también cuatro proyectos editoriales que marcarían una pauta en la popularización de los temas vinculados con los intercambios bursátiles y comerciales, así como con el ámbito empresarial: Forbes (1917), Businessweek (1929), Fortune (1930) y Money (1972), también destacan Time, Newsweek y otras publicaciones como espacios donde se podía leer a teóricos como Keynes, Galbraith, Samuelson y Friedman. En contenidos destacan los cables o despachos informativos generados por las agencias de noticias que eran (y son, hasta ahora) replicados en los medios impresos y electrónicos. De manera relevante, los índices bursátiles creados por los tres grandes diarios globales: Dow Jones (Wall Street Journal, 1884), FTSE (Financial Times, 1935) y Nikkei (Nihon Keizai Shinbun, 1949); así como los primeros rankings: *Fortune 500* el listado empresas más importantes de los Estados Unidos cuya primera edición apareció en 1955 y *The Fifty-Million Dollar Man* puesto en circulación en Noviembre de 1957, elaborados por la revista *Fortune*. También sobresalen los primeros proyectos de información económica en radio y televisión hacia 1963.

- El cuarto y último periodo (1980-2015), inicia con una década ambivalente en todos los sentidos, toda vez que si bien los años ochenta del siglo XX fueron un momento de euforia y optimismo en torno a los mercados mundiales, particularmente en América Latina se expresaron una serie de fallas estructurales en el sistema económico y político, lo cual propició un entorno de crisis y estancamiento, acompañado por un avance democrático frágil e incipiente, estos fallos sumieron a la región en una larga serie de crisis económicas subsecuentes, que en el caso de México y Argentina se repitieron en la década de los noventa. No obstante el entorno de crisis económica, política y social que privó en Latinoamérica, para los mercados financieros globales el balance general refleja un claro avance en materia de apertura, desregulación y repliegue del Estado frente a la liberalización de la economía y el comercio globales. En la primera década del siglo XXI las deficiencias estructurales económicas y políticas continuarían haciéndose presentes aunque esta vez no sería en los países con economías en vías de desarrollo (los

cuales alcanzarían una relativa estabilización), sino en Estados Unidos y Europa donde se activa a partir de 2008 una crisis financiera de grandes proporciones, aunado a un escenario de agitación y cambio social en los países del Norte de África con la llamada ‘primavera árabe’ de 2010.

En este período resulta contundente la irrupción de plataformas digitales apoyadas en redes informacionales globales (Castells, 1999a), que permiten la convergencia de las redes, medios y plataformas preexistentes: telefonía, satélite, radio, televisión, medios impresos, agencias de noticias y servicios especializados de información económica-financiera.

Debido al escenario de convergencia, apertura-desregulación económica y crisis financiera mundial, las organizaciones inscritas en el ámbito de la prensa económica (y de los medios de comunicación-información en general) entran en una de las etapas de mayor dinamismo en términos de ventas, fusiones, alianzas, acuerdos y asociaciones para extender sus contenidos a otras plataformas, canales y formatos, o bien, para participar en los mercados locales y regionales de información (los cuales mantienen su solidez y atractivo), la organización de este periodo se encuentra caracterizada por la hiperconcentración, es decir, por la consolidación de grandes consorcios mediáticos cuyo modelo lejos de ser homogéneo, presenta una serie de particularidades de acuerdo a cada caso; en todo caso, la escala de las organizaciones también se encuentra diferenciada, así como el esquema de capitalización y gestión (accionistas, inversionistas, propietarios únicos, comités de administración), dando por resultado diferentes modelos de organización, teniendo como uno de los casos emblemáticos a *Bloomberg L.P.*

En lo que respecta a los contenidos, en el escenario multimedia y multiplataforma estos se diversifican y evolucionan hacia la interacción (en términos de la Web social-participativa o 2.0); en cuanto a los rankings en la década de los ochenta estos tendrían el impulso más relevante en toda la historia de la prensa económica ya que de acuerdo con Arrese (2002) se suscita una suerte de ‘guerra de rankings’ durante la cual las principales revistas publican una amplia variedad de listados, en ocasiones como una respuesta a sus competidores. Surgen los primeros rankings de ciudades por parte de *The Economist* en 1985, así como el primer ranking de ciudades latinoamericanas publicado en el año 2000 por *Américaeconomía* una revista especializada en finanzas y negocios. Las plataformas digitales darían lugar a los rankings que actualizan su información cada 24 horas (como el

de los empresarios más acaudalados del planeta a cargo de *Bloomberg* y *Forbes*, o las suites de información sobre listados de costos y calidad de vida en ciudades del mundo, por suscripción, desarrollado por Economist Intelligence Unit), lo anterior aunado a la vigencia de los índices bursátiles.

Finalmente, destaca el rol que ha venido jugando el propietario y fundador de *Bloomberg L.P.*, Michael Bloomberg; a la par de su actividad como empresario del corporativo especializado en información económica, fungió como alcalde de la ciudad de Nueva York de 2002 a 2013, fue nombrado en 2014 por el secretario general de la ONU como enviado especial para las Ciudades y el Cambio Climático, y a través de Bloomberg Associates ofrece consultoría a gobiernos locales urbanos en materia de servicios públicos, infraestructura y diseño de políticas públicas enfocadas a la mitigación de los efectos derivados del cambio climático.

- Destaca el rol de las ciudades como nodos de información, espacio para los intercambios y la comunicación, ya sea como puertos y ámbito de confluencia—en sus cafeterías y recintos comerciales— para el sector de la marina mercante (como en la primera etapa), o bien con sede de los mercados bursátiles, entorno para el surgimiento para el espacio público opinión y deliberación en torno a las corrientes e ideologías económicas (segunda etapa), ámbito para el crecimiento y expansión de los grandes diarios, las agencias de noticias y los servicios de información financiera especializada (tercera etapa), así como sede de las tareas de coordinación, análisis y prospectiva de las organizaciones encargadas de procesar los datos económicos, de acuerdo con la perspectiva de la ciudad global advertida por Saskia Sassen (2001a, 2001b), y por último, como unidad de análisis para la elaboración de rankings, listados y mediciones relativas a múltiples aspectos de las ciudades como entorno para las actividades económicas, sociales y culturales.
- Los rankings han llegado a fungir como uno de los contenidos que permiten *monitorizar* y *visibilizar* tanto el desempeño bursátil de las empresas, la reputación de consorcios, la percepción de la calidad de las universidades, un indicador de la capacidad de gestión y liderazgo de las personalidades que figuran en el entorno empresarial o una medida de las cualidades con que cuenta una ciudad para competir o cooperar en el entorno económico global. Los índices y listados—

sumados a otras informaciones—al ser una evaluación-medición comparativa (bajo el método del *benchmark* o *referencia comparativa*) contribuyen en la toma de decisiones para diferentes organizaciones o en el proceso de integración de las políticas públicas en materia de competitividad urbana para una ciudad.

La evolución del ranking (como contenido) está vinculada tanto con un modelo organizativo como con un régimen de propiedad de los medios de comunicación agrupados en la categoría de prensa económica, cuyo papel social y funcionamiento ha obedecido a la evolución del modo de producción capitalista.

La prensa económica, sus contenidos y soportes tecnológicos se han desarrollado a la par de como lo ha hecho el ecosistema de medios (Scolari, 2008, 2015) y el sistema económico mundial, lo anterior se ve reflejado en los cambios subsecuentes de las listas de embarque y hojas de precios (1500-1769) a los índices bursátiles (1870-1970) y finalmente, con la popularización de los rankings elaborados en torno a diferentes temas y unidades de medición, entre ellos la ciudad (1980-2015).

CAPÍTULO II. Marco Conceptual Aplicable al Estudio de los *Rankings* de Ciudades Desde la Comunicación: *Competitividad Urbana* y *Sociedad Red*

II.1. La Competitividad Urbana: Ámbito de Estudio, Concepto, Política Pública y Relación con Sociedad Red, Espacio de Flujos y Prensa Económica

En la revisión documental que hasta aquí se ha expuesto, es posible apreciar que los rankings forman parte de los contenidos que han acompañado a la evolución de la prensa económica, y las ciudades han fungido como nodos operativos para las organizaciones periodísticas, a la vez que han sido incorporadas como unidades a medir en los rankings.

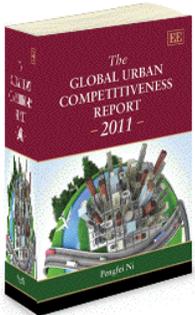
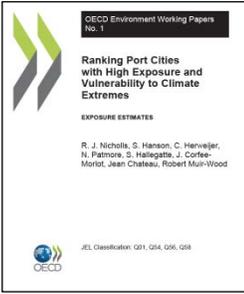
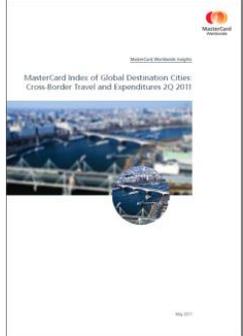
La vinculación entre prensa económica, rankings y ciudades implica considerar la emergencia de un ámbito de estudio: la *competitividad urbana*, ya que de este se derivan las investigaciones, estudios y bibliografía en torno a los índices de ciudades desarrollados por organizaciones, académicos, especialistas e investigadores circunscritos a esta área temática y conceptual, la cual también se vincula con el diseño de políticas públicas.

En los últimos años la competitividad urbana se ha colocado como un tema relevante para la gestión de ciudades y metrópolis en el plano mundial. Es posible afirmar que acudimos a un escenario de competencia, cooperación e interacción entre diferentes tipos de centros urbanos, los cuales, a partir de su escala territorial, demográfica, económica o geográfica, buscan generar, atraer o retener inversiones, actividades comerciales, turismo, innovaciones tecnológicas, conocimiento y cultura, entre otros rubros en los que también se ha incluido el fomento a la tolerancia, la diversidad cultural y la integración comunitaria (Begg, 2002), así como la superación de la más reciente crisis económica global (Perló, 2011a).

Cada vez es más frecuente encontrar entre los gobiernos locales una mayor atención al tema de la competitividad, lo cual se expresa en programas estratégicos, acciones, oficinas de promoción y organismos especializados, como el Consejo Económico y Social de la Ciudad de México—instalado en septiembre de 2009—el cual tiene entre sus objetivos “lograr la transformación productiva de la Ciudad que impulse la competitividad y el empleo” (2015). Pero la competitividad no sólo se ha incorporado en la agenda de la gestión urbana, también ha cobrado importancia dentro de los marcos conceptuales aplicados al estudio de las ciudades (Beaverstock, Smith & Taylor, 1999).

La amplia producción académica (expresada en libros, artículos e investigaciones), así como la puesta en marcha de grupos investigación, da cuenta de un campo cuya presencia si bien es relativamente emergente, ofrece una línea de trabajo para el desarrollo de aportes y aproximaciones multi, inter y transdisciplinarias.

Producción de estudios y mediciones en torno a la competitividad urbana.

 <p>“The Global Urban Competitiveness Report”, Pengfei Ni, 2011 [http://www.guep.org/en/]</p>	 <p>“Ranking Port Cities with High Exposure and Vulnerability to Climate Extremes: Exposure Estimates”, OECD, 2008 [http://dx.doi.org/10.1787/011766488208]</p>	 <p>“Index of Global Destination Cities”, Mastercard, 2011 [http://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2014/07/Mastercard_GDCI_2014_Letter_Final_70814.pdf]</p>	 <p>“Office Space Across the World”, Cushman & Wakefield, 2011/2012 [http://www.cushmanwakefield.com/~media/global-reports/OSATW%202014%20Publication%20updated.pdf]</p>
--	---	--	--

La competitividad urbana remite a un amplio espectro de políticas públicas y acciones de gobierno—desde el nivel local hasta el nacional, incluyendo también el plano regional—, así como a esfuerzos académicos en torno a su conceptualización y medición, a partir de vertientes teóricas de estudio y herramientas metodológicas las cuales abarcan una serie de rubros, ámbitos de medición e indicadores (Sobrinó, 2005).

La competitividad urbana representa la principal fuente de prosperidad económica en un sistema cada vez más orientado al intercambio comercial. El manejo del concepto ha ido avanzando, puesto que en un principio se orientó fundamentalmente hacia aspectos económicos, tales como productividad, desregulación y flexibilidad, para ir abarcando otras esferas de la sociedad, como la cohesión social, la gobernanza y el desarrollo sustentable (Sobrinó, 2010, p. 18).

A la par de la presencia ascendente de la competitividad urbana tanto en el campo académico-conceptual como en el de la gestión, los *rankings* de ciudades han continuado ganando espacios dentro de la oferta de contenidos informativos ofrecidos por organizaciones periodísticas-editoriales, revistas y periódicos—de alcance global, nacional,

regional o local—, quienes a través de versiones tanto impresas como digitales publican periódicamente sus mediciones.

El presente apartado delinearé aspectos generales relativos la competitividad urbana como: ámbito de estudio, concepto, política pública local, dinámica de la sociedad red y el espacio de flujos, así como categoría vinculada con la elaboración de contenidos por parte de los medios/multimedios adscritos al rubro de prensa económica.

II.1.1. La producción y difusión de rankings, índices y mediciones de ciudades.

La producción de *rankings*, índices y mediciones de ciudades es dinámica, cada año se registran diferentes ejercicios que abarcan ámbitos territoriales, pueden ser mundiales, regionales o nacionales; si bien hay una constante publicación de ejercicios, tanto la metodología empleada en su elaboración como la periodicidad y la amplitud del universo— el total de ciudades incluidas—presentan variaciones entre una medición y otra.

Una revisión inmediata—aunque no exhaustiva— de la producción en materia de rankings de ciudades, permite visualizar a través de un mosaico las mediciones cuyas diferencias van desde el tipo de organización por el que son producidos, el tamaño de la muestra empleada (total de ciudades incluidas en la lista), el alcance territorial de la muestra (nacional, regional, internacional) y la periodicidad (anual o indefinida).

En el caso de las ciudades, las variables para medir su competitividad pueden ser tan amplios y diversos como los sectores y las actividades económicas que albergan, por mencionar algunos se pueden tomar en cuenta los siguientes:

- Competitividad (sistémica o general).
- Producto Interno Bruto, población e Índice de Desarrollo Humano.
- Salarios.
- Costos de vida.
- Calidad de vida.
- Mejores ciudades o entorno para: negocios, comercio, localización de actividades, conectividad aeroportuaria, investigación e innovación.
- Medio ambiente.
- Ciudades inteligentes, globales, digitales y de la sociedad red

Cuadro 1. Producción de 35 rankings, índices y mediciones de ciudades

Tema/concepto: Competitividad							
Organización	Global Urban Competitiveness Project	Chicago Council on Global Affairs	Financial Times	IMCO	CIDE	Aregional	
Tamaño de la muestra y alcance	500 Internacional	66 Internacional	10 Regional (Norteamérica)	77 Nacional (México)	60 Nacional (México)	56 Nacional (México)	
Temporalidad	Anual	Bianual	No tiene	No tiene	No tiene	Bianual	
Tema/concepto: Producto Interno Bruto, población e Índice de Desarrollo Humano							
Organización	ONU - Hábitat	City Mayors, Fundation	Pricewaterhouse Coopers	OCDE	ONU – PNUD	CONAPO	
Tamaño de la muestra y alcance	509 Internacional	600 Internacional	151 Internacional	66 Internacional	56 Nacional (México)	56 Nacional (México)	
Temporalidad	Anual	No tiene	No tiene	No tiene	Anual	No tiene	
Tema/concepto: Costos de vida							
Organización	Employment Conditions Abroad	Mercer Human Resource	Economist Intelligence Unit	Union Bank of Switzerland			
Tamaño de la muestra y alcance	414 Internacional	144 Internacional	140 Internacional	25 Internacional	71 Internacional		
Temporalidad	Anual	Anual	Anual	Anual	Anual		
Tema/concepto: Calidad de vida							
Organización	Mercer Human Resource	Economist Intelligence Unit	Monocle	Businessweek			
Tamaño de la muestra y alcance	215 Internacional	140 Internacional	25 Internacional	50 Nacional (EU)			
Temporalidad	Anual	Anual	Anual	Anual			
Tema/concepto: Mejores ciudades (como entorno) para negocios, atracción de inversiones, comercio, localización de actividades, conectividad aeroportuaria, investigación e innovación							
Organización	Economist Intelligence Unit	Cushman & Wakefield	Mastercard	University of Copenhagen	Airports Council International	Univ. del Rosario e Inteligencia de Negocios	América Economía
Tamaño de la muestra y alcance	132 Internacional	68 Internacional	50 Internacional	30 Internacional	25 Internacional	51 Regional (AL)	45 Regional(AL)
Alcance							
Temporalidad	No tiene	Anual	Anual	No tiene	Anual	Anual	Anual
Tema/concepto: Medio ambiente							
Organización	OCDE	Siemens	Banco Mundial	American Lung Association			
Tamaño de la muestra y alcance	136 Internacional	120 Internacional	96 Internacional	25 Nacional (EU)			
Temporalidad	No tiene	Anual	No tiene	No tiene			
Tema/concepto: Ciudades inteligentes, globales, digitales y de la sociedad red							
Organización	Universidad de Navarra, IESE Business School	Ericsson	ATKearney	Observatorio de la Sociedad de la Información y auna Fundación			
Tamaño de la muestra y alcance	135 Internacional	40 Internacional	84 Internacional	19 Regional (AL)			
Temporalidad	No tiene	Anual	Anual	No tiene			

Fuente: Elaboración propia con base en investigación documental (ver fuentes bibliográficas y de información).

TIPO DE ORGANIZACIÓN Y NÚMERO DE RANKINGS	PERIODÍSTICA/ EDITORIAL (7)	ORGANISMOS, AGENCIAS, ASOCIACIONES, FUNDACIONES (11)	CONSULTORIAS, ÁREAS DE ESTUDIOS DE EMPRESAS (12)	CENTROS DE ESTUDIOS, GRUPOS DE INVESTIGACIÓN (5)
--	-----------------------------	--	--	--

Como se puede apreciar en el **Cuadro 1**, una parte significativa de la producción de rankings de ciudades lo concentran el tema de la competitividad, los indicadores o estadísticas generales (PIB, IDH, población por principales aglomeraciones urbanas), así como las mediciones que caracterizan los atributos de las localidades como entornos productivos, así como una tendencia reciente a medir el concepto de ‘ciudad inteligente’ o de la sociedad red, es decir, aquellas urbes que conjugan factores como el cuidado del medioambiente, con la tecnología, la calidad de vida y el desarrollo económico equitativo.

Destaca también el lugar que ocupan los organismos, agencias y fundaciones, las consultoras y áreas de estudios de empresas y consorcios como las instancias generadoras de más de la mitad de los *rankings* analizados; es importante considerar que los trabajos desarrollados por organizaciones periodísticas y editoriales cuentan con una mayor visibilidad mediática, mientras que los índices producidos por centros de estudios, universidades y grupos de investigación, son referidos frecuentemente en los debates académicos en el tema de la competitividad.

Esta parte de la investigación documental se apoyó fundamentalmente en internet, los resúmenes y en algunos casos, los documentos íntegros de cada una de las mediciones se encuentran para consulta en línea; en particular, la página de The City Mayors Foundation (2003)—un organismo que congrega a los gobiernos locales de las principales metrópolis mundiales—representa una de las fuentes más importantes en materia de rankings de ciudades, ya que destina una sección para compilar y comentar estos trabajos. Al final del documento, en la sección de **fuentes bibliográficas y de información** se incluye una relación con más de 50 *rankings, índices, mediciones e informes* consultados.

Como ya se ha mencionado, los temas presentados en esta compilación y el análisis general de los índices de ciudades, no agotan el total de los trabajos que se producen año con año, algunas mediciones no cuentan con una periodicidad bien establecida, pero en particular tanto las consultoras como las empresas periodísticas reportan año con año sus mediciones; el tamaño de la muestra—las ciudades consideradas—tampoco es homogéneo.

En el caso de las ciudades de los Estados Unidos existe una oferta todavía mayor de mediciones, diversas organizaciones y sitios en Internet ofrecen rankings y herramientas comparativas, como el de la página [www.bestplaces.net] la cual es editada por Bert

Sperling, quien desarrolló un software denominado *Places, U.S.A.* el cual permite a sus usuarios ubicar la mejor ciudad estadounidense de acuerdo con preferencias y necesidades personales de traslado, que pueden ir desde oportunidades laborales hasta cambios en el estilo de vida u otros intereses (Sperling, 1985).

Por su parte, medios de comunicación como la revista *Forbes* y *CNBC* publican periódicamente rankings de ciudades estadounidenses de elaboración propia y de otras fuentes en temas tan particulares como las mejores ciudades para *formar una familia* (Van Riper, 2012), *para el retiro* (Barret, 2012), las de mayor *diversidad cultural* (CNBC, 2011) o las mejores para *encontrar empleo* (Smith, 2012).

Los rankings de ciudades, como contenido periodístico y mediático, ofrecen evidencia sobre: la importancia que adquieren ciertos parámetros e indicadores predominantes en el establecimiento del concepto de ciudad contemporánea competitiva; la valoración de distintas fuentes de información en el contexto del diseño de políticas públicas locales; así como la monitorización y asignación de relevancia a la que son sujetas las metrópolis como nodos integrados en redes globales.

En síntesis, posibilitan un análisis de los vínculos—vistos desde la comunicación—entre la medición de la competitividad urbana a través de contenidos periodísticos, el diseño de políticas públicas locales y las interacciones en red entre metrópolis a escala global.

II.1.2. La competitividad urbana como ámbito de estudio.

La emergencia del estudio de la competitividad urbana está vinculada con el papel adquirido por las ciudades en la economía de mercado, como resultado de un proceso de urbanización-metropolización en una escala mundial y las diferentes interacciones que se establecen entre metrópolis emplazadas en territorios y regiones heterogéneos.

La relevancia económica adquirida por las ciudades se ha visto acompañada por el desarrollo de un campo de conocimiento multi e interdisciplinario (que involucra disciplinas como la economía, el urbanismo, la geografía y la administración pública, de manera central aunque no exclusiva): la competitividad urbana, que involucra aproximaciones teórico-conceptuales y la aplicación de métodos de investigación.

Uno de los precursores del estudio comparativo de las ciudades, Patrick Geddes, en su obra

Cities in evolution (1915)—publicada en el zenit de la Revolución Industrial—plantea una agenda inicial en la que revisa temas como: la población urbana, el rol de la tecnología en los entornos citadinos, la dinámica de la vivienda, la esfera cívico-ciudadana, el ‘espíritu de las ciudades’, la importancia de la planeación y la formación de planificadores urbanos, el estudio de las ciudades y de la economía urbana a partir de la comparación de casos.

Otro precursor del análisis comparativo del desempeño de las ciudades es Peter Hall con su estudio *The World Cities* (1966), donde analiza el papel de ciudades como Londres, París, Moscú, Nueva York y Tokyo, así como las regiones metropolitanas de Randstad (Holanda) y la del Rin-Ruhr (Alemania) en la economía y las dinámicas socioterritoriales globales.

Los trabajos de Geddes y Hall aluden al concepto de *ciudad mundial*, no aparece aún el debate en torno a la dimensión global ya que este corresponderá a otros autores quienes comienzan a desarrollar el concepto de *ciudad global* hacia mediados de los años ochenta.

En la conformación del campo de conocimiento relativo a la competitividad urbana, los esfuerzos por categorizar ciudades y aplicar ejercicios comparativos han sido variados. De acuerdo con Beaverstock *et al* (1999), a las ciudades se les han asignado diferentes términos: imperiales, principales, industriales, mundiales, globales, centros financieros internacionales, mega-ciudades, por mencionar algunos (p. 1).

Esta variedad de términos reflejan la multiplicidad de enfoques presentes en la clasificación de las ciudades, entre los que destacan dos vertientes: la perspectiva demográfica (interesada en las dimensiones poblacionales de los conglomerados urbanos) y la tradición funcional (que analiza a las ciudades como parte de un sistema mayor) en donde se inscriben muchos de los estudios centrados en las ciudades como parte integral de la globalización (Beaverstock *et al*, 1999).

En este sentido, es posible encontrar que a nivel mundial diferentes tipologías son aplicables a una misma ciudad o a un conjunto de ciudades, por ejemplo, no todas las mega-ciudades (definidas así en términos demográficos) son necesariamente ciudades mundiales o globales (ya que catalogarlos así dependería de su capacidad de participar en los circuitos económicos, comerciales y financieros globales).

Por otra parte, los esfuerzos de conceptualización y categorización han trascendido la

visión jerárquica para centrarse en las relaciones e intercambios que establecen las ciudades en diferentes redes o circuitos: ciudades que podrían clasificarse como ‘medianas’ pueden estar insertas en los intercambios globales tanto como aquellas que se consideran de mayor ‘rango’ (Beaverstock *et al*, 1999; Sobrino, 2005).

Cuadro 2. Componentes de la categoría de competitividad urbana de acuerdo con el GaWC y el GUCP.

Globalization and World Cities Study Group and Network (GaWC)	Global Urban Competitiveness Project (GUCP)
<p>Considera la capacidad global de las ciudades en términos de los servicios especializados que ofrecen. Toma en cuenta las firmas con la mayor preminencia global su presencia en diferentes ciudades alrededor del mundo. Identifica 55 ciudades que califican como mundiales y otras 68 que se encuentran en camino de serlo. Incorpora el concepto de ciudad mundial desarrollado por Saskia Sassen (2001b), que toma como base a la concentración de servicios de producción avanzados como rasgo distintivo para la conformación de la ciudad mundial contemporánea. Las ciudades son evaluadas como centros de servicios globales. Se definen 10 ciudades con categoría <i>Alpha</i>, 10 <i>Beta</i> y 35 <i>Gamma</i>.</p>	<p>The Global Urban Competitiveness Report presenta un ranking de 500 ciudades, cada ciudad es analizada a partir de quince variables económicas: siete inputs (componentes y factores que forman parte de procesos productivos): calidad empresarial, estructura industrial, recursos humanos, entorno material/tangible, entorno no-material/intangible, condiciones/calidad de vida, conectividad global) y ocho outputs (elementos o factores resultantes de los procesos productivos): costos, escala económica, crecimiento económico, nivel de desarrollo, productividad, empleo, desempeño económico general o en conjunto, innovación tecnológica, condiciones para la toma de decisiones.</p>
<p>Fuente: Beaverstock <i>et al</i> (1999)</p>	<p>Fuente: Pengfei & Kresl (2010, 2015)</p>

De acuerdo con el GUCP, la raíz de la competitividad económica de las ciudades se basa en su capacidad para crear valores y proporcionar bienestar a los distintos actores sociales o clientelas que se vinculan con la ciudad; de esta forma, la riqueza o el valor son creados por personas organizadas en empresas. También implica la habilidad de crear continuamente mayor riqueza al menor costo en el tiempo más corto (Pengfei & Kresl, 2010).

Para cerrar esta breve revisión de las definiciones básicas presentes en el campo de conocimiento de la competitividad urbana, el trabajo de Beaverstock *et al* (1999) hace referencia a cuatro grandes enfoques presentes en la clasificación de las ciudades:

El primer enfoque es el momento fundacional, los precursores del análisis comparativo a partir de rangos o jerarquías de las ciudades en el sistema mundial-global, a este enfoque se le denomina de las *Características Cosmopolitas y la Economía Empresarial Multinacional*, con los aportes de Geddes (1915) y Hall (1966) en torno a la dominación estratégica de ciertas ciudades en el sistema-mundo mediante el análisis y la clasificación de las preferencias de ubicación y funciones de las corporaciones multinacionales.

El segundo enfoque aborda el papel de las ciudades en la nueva división internacional del trabajo. Sobre la base de Hall (1966) y especialmente Hymer (1972), se centra en la toma de decisiones que se da con respecto a las actividades corporativas y el poder de las multinacionales en el contexto de la nueva división (espacial) internacional del trabajo hacia a finales de la década de los setenta (Frobel et al., 1980; Friedmann y Wolff, 1982).

La tercera corriente de estudios y aportes teóricos al desempeño de las ciudades en dentro del sistema mundial, es el que se identifica con la *internacionalización, concentración e intensidad de los servicios al productor*. Es en esta perspectiva donde se ubica el trabajo de Saskia Sassen (2001b) en obras como *The Global City*.

Un cuarto enfoque clasifica a las ciudades en función de su papel como centros financieros internacionales. El trabajo pionero aquí ha sido por Howard Reed (1981), quien utilizó un análisis multivariado de nueve variables bancarias y financieras, combinadas con 41 variables culturales, económicas, geográficas y políticas relacionadas, en 80 ciudades de 40 países, entre los años 1900 a 1980.

II.1.3. La competitividad urbana como concepto.

Aunado a la conformación de un ámbito o campo de estudio, la competitividad urbana como línea temática de trabajo también se encuentra delimitada por las aproximaciones de diferentes autores y grupos de investigación, y el debate en torno a la aplicación del concepto puramente económico de *competitividad* a los territorios y las regiones.

La competitividad es un concepto que ha ganado amplios espacios en un periodo relativamente reducido. Esta idea ha pasado de forma rápida de ser un concepto fundamental en el análisis de los mercados, de las industrias y de las economías, a formar parte del lenguaje cotidiano de las naciones, de las personas, de las

organizaciones, y de las regiones y ciudades. La competitividad, en cualquier caso, se ha convertido en un elemento importante de la vida cotidiana en la medida en que promueve el diseño de cursos de acción, de estrategias y de formas de medición, a fin de lograr mejoras en este campo (Cabrero, 2013, p. 11).

Competencia y competitividad son conceptos que se vinculan dentro de un mismo campo de conocimiento, lo cual no implica que sean sinónimos; en todo caso, la competitividad es un factor o elemento resultante de la competencia.

[...] en la vida económica la *competencia* no es una meta sino una forma de organización de la actividad económica destinada a alcanzar una meta. El papel económico de la competencia consiste en disciplinar a los agentes para que suministren artículos y servicios de alta calidad y bajo precio. La competencia es el aperitivo de la vida, pero en economía se le considera el plato fuerte y el cuerpo central organizativo de la teoría económica (Sobrino, 2002, p. 311).

La competencia es susceptible de ser abordada en función de las diferentes unidades que convergen en la economía, empresas, organizaciones, actores sociales o políticos, cuando se aplica a países suele referirse a la capacidad de estos para participar en el comercio mundial y es analizada—en el marco de los estudios de la competitividad—a partir de las teorías del comercio internacional (Sobrino, 2002, p. 313).

Para Paul Krugman (1996), la competencia involucra fundamentalmente empresas u organizaciones, no así a los países y las ciudades, ya que ambos fungen como espacios o territorios de emplazamiento o localización para las empresas, es decir, son el marco o soporte territorial para las ‘economías de aglomeración’ (urbanización y localización), a partir de infraestructuras y servicios los cuales se limitan a proporcionar las “condiciones generales necesarias para la producción, pero no suficientes para el éxito competitivo” (como se cita en Sobrino, 2002, p. 314).

Michael Porter (1996) (decano de la Escuela de Negocios de la Universidad de Harvard), ha centrado sus aportes en la competitividad de las empresas, con respecto a las naciones y/o regiones analiza su rol en función de su capacidad para concentrar actividades en el territorio bajo el modelo de *clústers* (como se cita en Sobrino, 2002).

Tanto Krugman (1996) como Porter (1996) han contribuido a colocar en la agenda de la

gestión pública a la geografía económica como un factor determinante en la configuración de la política económica, concitando un amplio debate en torno a los estudios regionales que reúne a funcionarios, analistas, investigadores, geógrafos, economistas y tomadores de decisiones; “[...] sin embargo ni Porter ni Krugman le concedieron gran crédito al concepto de competitividad urbana” (Sobrino, 2010, p. 40).

Para Sobrino (2002), a pesar del escepticismo en torno a la existencia de un entorno de competencia entre urbes, este se manifiesta a través de la competencia entre territorios que hacen de la localización un factor determinante en el emplazamiento y las operaciones de las empresas. De acuerdo con Budd (1998), las decisiones acerca del emplazamiento de actividades productivas aún conserva la capacidad de configurar la economía local (como se cita en Sobrino, 2002, p. 314). Ciudades y territorios generalmente compiten por:

[...] i) inversiones privadas; ii) inversiones y fondos públicos para elevar el stock de satisfactores colectivos; iii) mercados para sus productos; iv) población que se traduce en capital humano, ingresos, poder político y ampliación de la demanda local, y v) organización de actividades de alto nivel (*hallmark events*) como juegos olímpicos (Gordon, 1999: 1001; y Lever, 1999: 1029). En cada caso la competencia puede ser entre muchas o pocas ciudades y en escalas regional, nacional, continental o global; en última instancia, las ciudades compiten para mejorar su posición en el sistema urbano nacional o internacional (Sobrino, 2002, p. 314).

Para Cabrero (2013, p. 16) resulta difícil que una empresa sea competitiva en un espacio local que no le facilite su funcionamiento, los insumos y la comunicación eficiente con su entorno (mercados, canales de distribución, centros de venta y clientes potenciales).

Para Kresl y Singh (1999) la *competitividad* representa una medida relativa destinada a comparar el desempeño económico una unidad de análisis en relación con otras unidades (muestra de un universo de estudio). Alude también a una característica que en campo no es susceptible de medirse en manera directa, lo cual demanda un diseño de investigación que considere la identificación, determinación y/o construcción variables que hagan las veces de *indicadores de la competitividad* (como se cita en Sobrino, 2002, p. 316).

El término *competitividad* forma parte de los fundamentos contemporáneos de las teorías del comercio internacional como consecuencia del papel creciente del proceso

de globalización, pero también ha sido adaptado para el estudio económico de regiones y ciudades [...] se define por la capacidad de acceso de una empresa o territorio en el mercado doméstico o en el de exportación. Si la unidad de análisis aumenta su participación en el mercado doméstico o en el comercio internacional, entonces su competitividad habrá mejorado (Sobrino, 2002, p. 316).

Los análisis económico-comparativos han permitido desarrollar una amplia base conceptual, teórica y metodológica la cual si bien se apoya fuertemente en los análisis tipo *benchmark* (rankings), no se limita únicamente a éstos. Kresl (1998) expone que:

En términos generales, los pasos a seguir para un estudio empírico sobre la competitividad local son tres: i) seleccionar un conjunto de ciudades y establecer un rango entre ellas en función de su competitividad, medida considerando su crecimiento económico comparativo; ii) determinar las variables cuantitativas y cualitativas que expliquen la competitividad, es decir las ventajas competitivas, y obtener su medición estadística a partir de la información disponible, y iii) elaborar ejercicios estadísticos cuyos resultados permitan evaluar la competitividad local (como se cita en Sobrino, 2002, p. 331).

Kresl y Sing (1999) y Millán (1996), exponen que las mediciones de la *competitividad urbana* también toman en cuenta la capacidad que demuestra una ciudad para interactuar y participar en el mercado local y el de exportación, la relación o incidencia que tiene dicha interacción con el crecimiento económico local así como con mejoras en la calidad de vida y bienestar de sus residentes (como se cita en Sobrino, 2002, p. 317).

El estudio de la competitividad territorial requiere metodologías distintas respecto al de la competitividad de las empresas, no sólo por los distintos objetivos, sino además por el efecto del desempeño económico de un territorio en el bienestar de su población residente, y las responsabilidades y funciones que asume el sector público en el fomento y promoción del crecimiento económico (Sobrino, 2005, p. 125).

En el abordaje empírico de la competitividad urbana es posible distinguir tres diferentes enfoques:

- Los ejercicios denominados como de *benchmarking*, consisten en la generación de un listado o índice, el cual funge como una medida para la competitividad de una

ciudad en comparación con otras, “este índice permite jerarquizar a las ciudades, al tiempo de ofrecer instrumentos para el diseño de políticas que contribuyan a mantener o mejorar la posición competitiva de la urbe” (Kresl, 2010, p. 40).

- El segundo enfoque aplica el *análisis multivariado*, involucra ejercicios de regresión múltiple a partir de los que se obtiene una clasificación y calificación de las economías de aglomeración, “con el propósito de identificar aquellas variables que puedan considerarse como factores determinantes de la competitividad urbana, es decir sus ventajas competitivas, y, por tanto, como guías de la política pública” (Kresl, 2010, pp. 44-45).
- El tercer enfoque “*examina los aspectos de la economía contemporánea* que generalmente se consideran importantes para evaluar la posición y las políticas de una ciudad, por lo que es una propuesta más de corte cualitativo que cuantitativo”, el analista debe tomar en cuenta tanto la actualidad como el futuro previsible de la actividad económica siempre dentro del contexto global (Kresl, 2010, p. 41).

En la medición de la competitividad de una ciudad, de acuerdo con Begg (1999), se deberían incluir, idealmente, seis atributos: i) creación de empleos con calificación y altos salarios; ii) producción de bienes y servicios que no atenten contra el ambiente; iii) producción de bienes y servicios con alta elasticidad-ingreso de la demanda; iv) crecimiento económico en relación con el comportamiento del mercado de trabajo; v) tendencia a la especialización sectorial, y vi) tendencia a mejorar su posición en el sistema urbano nacional (como se cita en Sobrino, 2002, p. 318).

Para establecer el grado en que un país o una metrópoli es competitivo requiere indicadores que midan las variaciones en la participación de la unidad en cuestión dentro de los mercados (locales, regionales, nacionales o globales) durante un periodo específico, tomando en cuenta que “[...] así como ningún indicador puede ser considerado el mejor, el uso de indicadores sólo es una parte del análisis siendo la otra el estudio de los determinantes de la competitividad [...]” (Sobrino, 2002, p. 318).

II.1.4. La competitividad urbana como política pública.

En cuanto a los enfoques metodológicos predominantes en el estudio de los factores que actúan como determinantes de la competitividad urbana, Sobrino (2002), identifica tres

particularidades: i) las variables empíricas que se aplican son diversas, ii) existe una vinculación entre competitividad urbana y calidad de vida que es indiscutible, pero que requiere clarificarse; y iii) los gobiernos locales juegan un papel preponderante en el impulso a la competitividad.

[...] los gobiernos locales han ido asumiendo un rol creciente en la promoción del crecimiento y, bajo un enfoque de planeación estratégica, identifican las fortalezas y debilidades competitivas de la ciudad (Sobrino, 2002, pp. 329-330).

El Centro de Investigación y Docencia Económica (CIDE) desarrolló en 2011 el Índice de Competitividad para las Ciudades de México (ICCM), dando continuidad a los esfuerzos que desde 2008 venían realizando un grupo de investigadores en colaboración con organizaciones gubernamentales como el INEGI, en el trabajo se considera que:

Las ciudades pueden potenciar la competitividad de las empresas o pueden ser su principal obstáculo, incluso mayor que el propio mercado al que éstas se enfrentan. Por eso, se ha insistido de manera creciente en entender y analizar el nivel de competitividad de cada ciudad (Cabrero & Díaz, 2013, p. 16).

El reporte ahonda en torno al concepto de competitividad urbana, al situarse en el campo de conocimiento alude a los trabajos publicados por: Sobrino (2002 y 2010); Pengfei & Kresl (2010), Porter (1995, 1996); Lever y Turok (1999); Begg (2002); Arce, Cabrero y Ziccardi (2005); y Ache *et al* (2010), en lo que reconoce como una bibliografía—y por ende, un campo de conocimiento—en evolución y expansión (Cabrero & Díaz, 2013, p. 16).

De acuerdo con Cabrero y Díaz (2013) las ciudades requieren abordar el tema de la competitividad entendido como la capacidad de generar y ofrecer el ambiente favorable para las actividades económicas—vinculadas o en reforzamiento—con el desarrollo social, dicha capacidad se traduce en una serie de ingredientes tales como:

[...] una aglomeración de conocimiento; polos de innovación tecnológica; la existencia de empresas innovadoras; de infraestructura y equipamiento urbano que faciliten dichas actividades; capital social que fortalezca la cooperación entre grupos empresariales, sociales y de ciudadanos diversos; capital humano altamente capacitado; y una dinámica de sustentabilidad regional que preserve los recursos naturales y no deteriore indiscriminadamente el medio ambiente [...] (p. 17).

Al igual que en los aportes publicados por Sobrino (2010) y Pengfei & Kresl (2010), el concepto de competitividad urbana propuesto por Cabrero y Díaz (2013) se vincula claramente con el ámbito de la gestión pública y el diseño de políticas locales:

[...] no basta con poseer los ingredientes, es necesario también un sistema de gobernanza urbana que haga posible la conexión de todos estos elementos en un ciclo virtuoso; es decir, la existencia de un marco institucional y regulatorio propicio y ágil; estructuras gubernamentales de calidad; la construcción de redes de políticas públicas para el desarrollo urbano integral; y derivado de todo esto, una acción pública de “alta intensidad”; esto es, capacidad de generar consensos y acuerdos entre grupos diversos de la sociedad, y grupos gubernamentales, alineados hacia un proyecto integral de calidad (Cabrero & Díaz, 2013, p. 17).

Coincide con Kresl (2010) y Sobrino (2010) en que las ventajas ofrecidas por el *benchmarking* no están en el número de variables incorporadas o el grado de sofisticación del modelo estadístico empleado, “sino en que sus resultados sean factibles de analizar, al tiempo de poder ofrecer pistas sobre las fortalezas y debilidades de los territorios e insumos para la formulación de políticas públicas” (Cabrero & Díaz, 2013, p. 18-19).

En este sentido, para el grupo de investigación que estuvo a cargo del desarrollo del ICCM el método de *benchmarking* puede trascender la generación de un *ranking* o clasificación de la competitividad, considerándolo como un primer momento en la discusión y el análisis.

De acuerdo con Mollica, Lucchini y Hirsch (2010), se debe transitar del *benchmarking* al *benchlearning*: “[...] de medirse en comparación con los demás a ir más allá de la comparación y generar procesos de aprendizaje sobre experiencias diversas y sobre la propia evolución de la ciudad a lo largo del tiempo” (como se cita en Cabrero & Díaz, 2013, p. 19). La vinculación entre el campo de conocimiento y el ámbito de la gestión pública en el ámbito de la competitividad urbana está claramente delineado, así como las implicaciones que tienen los ejercicios tipo *benchmarking* y el desarrollo de *rankings*.

[...] la generación de índices de competitividad no constituye el objetivo final; consideramos que los índices y mediciones deben funcionar como un referente para el análisis, para la discusión, para el aprendizaje colectivo y para la competitividad en las diferentes ciudades del país [...] cada vez es más patente que [sin una agenda nacional

sobre la competitividad de las ciudades] se seguirán profundizando los rezagos y se dificultará la inserción del país a la economía global y a la economía del conocimiento (Cabrero & Díaz, 2013, p. 19).

En el libro además de presentar los ejercicios y evaluaciones derivados del ICCM 2011 (Cabrero, 2013), se delinearán cuatro elementos vinculados con el impulso a la competitividad urbana: cohesión social, gobernanza, regulación e innovación.

La *cohesión social* “alude a cierto nivel de bienestar y de integración de una ciudad a los diferentes procesos y beneficios que el espacio urbano genera”, la *gobernanza* tiene que ver con el grado en el que un sistema de gestión “permite el diseño y la implementación de políticas públicas que fomenten de manera sistemática la igualdad de oportunidades, que protejan a la población excluida” (Cabrero & Díaz, 2013, pp. 21-22). La *regulación* favorece la existencia “[...] de los instrumentos y procedimientos por medio de los cuales se establecen las condiciones, instituciones y garantías para que el gobierno, las empresas y los ciudadanos puedan realizar sus actividades [generando] un clima de mayor credibilidad en el gobierno” (Cabrero & Díaz, 2013, pp. 22-23). Acerca de la *innovación*, refiere que:

[es la] fuente principal de crecimiento y desarrollo económicos [...] cimiento de la competitividad [...] las ciudades se vuelven espacios especialmente favorables para el surgimiento de innovaciones en la medida en la que en ellas suelen concentrarse los servicios y las capacidades. Sin embargo, la relación entre urbanización e innovación no es automática [por lo que se] requiere que las ciudades estén bien conectadas con los mercados y que transiten de una forma adecuada hacia una economía basada en el conocimiento a partir del desarrollo de tecnología, de la investigación aplicada, y de la atracción y transferencia de las innovaciones hacia las pequeñas y las medianas empresas (Cabrero & Díaz, 2013, pp. 23-24).

En el texto se presenta un análisis de la percepción de los actores locales acerca del *índice de competitividad de las ciudades de México versión 2011*, destinado a recabar la opinión de los funcionarios locales—una valoración cualitativa—del “rendimiento, capacidades y proyecciones” (Arce, Chiapa & Rojo, 2013, p. 177) de sus ciudades, en ocho seminarios-taller organizados de manera conjunta por el INEGI y el CIDE, el ejercicio involucra un diálogo con los actores sociales vinculados con la gestión y la implementación de políticas

pública en materia de competitividad urbana, lo cual va más allá de los *rankings*.

Como parte de las evaluaciones y ejercicios elaborados por los organismos internacionales y gubernamentales, se encuentra el documento *Estado de las ciudades de México 2011*, elaborado por ONU-Hábitat y la Secretaría de Desarrollo Social, donde se establece que:

A comienzos de la década de los ochenta, se dio a una nueva geografía económica mundial en donde las regiones y las ciudades se constituyeron como espacios estratégicos y articuladores de la producción de riqueza [...] las ciudades proporcionan a las empresas los factores determinantes que pueden mejorar su posición competitiva en las redes económicas nacionales, regionales y globales (2011, p. 34).

En el documento se ofrece un panorama de la competitividad urbana nacional, considerando los ejercicios elaborados por Cabrero (2013) y Sobrino (2010), los índices del IMCO (2014) y de la organización *Aregional* (2013); con respecto a la competitividad urbana de las ciudades mexicanas en el escenario global, toma en cuenta los ejercicios del GaWC (Pengfei & Kresl, 2010) y el GUCP (Beavrestock *et al* 1999).

El desarrollo y crecimiento económico del país dependerá en gran medida del afianzamiento y fortalecimiento del rol económico que cada una de las ciudades tiene en el Sistema Urbano Nacional. Para diseñar una política de competitividad de dicho sistema se debe identificar, en primer lugar, las complementariedades económicas de todas las ciudades para poder potencializar las fortalezas competitivas de todo el SUN (ONU-Hábitat & Sedesol, 2011, p. 37).

En la obra *urban competitiveness*, Iain Begg (2002) menciona de inicio que, contrario a como ocurría en los albores de la Revolución Industrial (a finales del siglo XIX y los inicios del XX) cuando la principal fuente de recursos y riqueza eran la tierra o los minerales, en el mundo contemporáneo las actividades que se desarrollan en las ciudades son la base principal de la prosperidad económica.

Respecto a la competitividad, Begg expone que se trata de una condición requerida, y al mismo tiempo, un concepto poco conocido a pesar de que los hacedores de políticas invierten cantidades importantes de tiempo y recursos tratando de promoverla (2002, p.2).

[...] la localización importa, y algunas ciudades manifiestamente ofrecen una mejor mezcla de atributos para negocios que otras [...] consecuentemente, se debe considerar

la reserva de activos y extender la lógica de la metáfora del balance al ambiente en el que tiene lugar la actividad económica. Esto incluye atributos tangibles, en la forma de activos físicos o variables medibles, y atributos intangibles, tales como la imagen, la calidad de gobierno, y las características sociales y culturales (Begg, 2002, p.3).

Ofrece un balance sobre los elementos que dan forma a la competitividad urbana: el conocimiento, la cohesión social, la fábrica social local (inclusión social, capital social y cohesión social) y el sector inmobiliario; concluye que una ciudad que permite a los sectores de economía alcanzar niveles altos y crecientes de productividad representa un bien nacional, mientras que las ciudades acosadas por problemas de congestión, mercados disfuncionales o en riesgo de presenciar olas de malestar social, pueden tener un efecto perjudicial sobre la economía nacional (Begg, 2002). Con respecto a los aspectos relacionados con la gobernanza y las políticas públicas, señala que:

Aunque hay influencias importantes en la competitividad urbana que están más allá del control de los responsables de las políticas urbanas, estos no tienen porque ser actores pasivos. La ‘buenas’ políticas pueden equipar ciudades para adaptarse y para fomentar un entorno económico dinámico; políticas imprudentes pueden disuadir la inversión y ‘gatillar’ fuerzas acumulativas-especulativas que conducen a la disminución relativa de los recursos ‘circulantes’, esto ha sido evidente en muchas partes del mundo industrializado (Begg, 1999, p. 804).

Refiere que desde 1997 el British Economic and Social Research Council (ESRC) instauró entre sus temas de análisis el estudio de los procesos que dan forma a las competitividad urbana, a través del Cities Competitiveness and Cohesion Program (CCCP), este programa alentó el análisis de casos en las zonas urbanas de Londres, Bristol, la conurbación Liverpool/Manchester y el cinturón central de Escocia.

II.1.5. La investigación sobre competitividad urbana, rankings de ciudades, medios de comunicación y flujos de información.

Con respecto a los elementos conceptuales de la competitividad urbana hasta aquí analizados, es posible identificar que si bien—como campo de conocimiento—ha alcanzado algunos consensos generales y logrado consolidar un corpus alimentado por disciplinas como la economía, la geografía, la geografía económica y los estudios

regionales (lo cual se ve reflejado en una intensa producción académica, la existencia de grupos de investigación y su clara vinculación con el diseño de las políticas públicas locales), se trata de una agenda de investigación que gradualmente se va cubriendo o ampliando, es decir, estamos ante una noción-campo de conocimiento aún en construcción.

Una de las perspectivas de análisis en torno a la competitividad urbana y los rankings de ciudades está vinculada con el papel de los medios de comunicación en la conformación de una ‘imagen de ciudad’ y su visibilización en el entorno global, ya sea como una marca— en la perspectiva de los estudios sobre mercadotecnia de ciudades o territorios (Anholt, 2007, 2010; Elizagarte, 2003; Govers & Go, 2009)—o destino con potenciales y atractivos para las inversiones o el turismo (Benko, 2000; Millán, 2009).

Distintos trabajos han documentado la importancia que tiene para los gobiernos locales el posicionamiento y visibilidad mediática global (Precedo, Oroza y Mínguez, 2010); los rankings de ciudades pueden contribuir con dichos objetivos. Al ser publicados por medios especializados suman un valioso activo en la búsqueda de reconocimiento local y global.

La prensa popular está llena de anuncios publicitarios que prometen revelar el mejor lugar para jubilarse, establecer un negocio, ir a la universidad, comprar una casa, tener acceso a un cierto estilo de vida, disfrutar actividades culturales y así sucesivamente [...] es claro que la validez de un ejercicio de *benchmarking* depende en gran medida de las habilidades y talentos de quien hace el ejercicio (Kresl, 2010, p. 41).

Al margen del rol de *monitores sociales* asociados con la medición-visibilización de la reputación de ciudades y territorios que cubren determinados rankings publicados por la prensa especializada (Fombrun, 1998), diferentes trabajos han abordado las implicaciones que tienen en dos aspectos fundamentales: su incidencia en el diseño de políticas públicas locales (al ser considerados como insumo de información por parte de tomadores de decisiones), y el rol que cumplen en la divulgación de un modelo o concepto de ciudad contemporánea competitiva (McCann, 2004; Mercado, 2009).

[...] el discurso normativo de los medios respecto a lo que hace que un lugar sea *bueno* para vivir e invertir es potente y político por la forma en que contribuye en la generación de políticas locales de desarrollo económico [...] Las narrativas de los medios y su resonancia en torno a la *buen vida* y los *mejores lugares*, concretisan y

validan creencias prevalecientes acerca del cómo debe llevarse a cabo la política de desarrollo económico en muchas ciudades [en ocasiones, con] un impacto significativo en la política de competencia interurbana (McCann, 2004, pp. 1925-1926).

El estudio realizado por Eugene J. McCann—con respecto a los listados de ciudades norteamericanas publicados por la revista *Money* de 1994 a 1997—analiza la incorporación de factores *extra-económicos* (elementos sociales, culturales y políticos de la vida urbana) en la construcción y legitimación de la competencia económica interurbana, generando nuevas combinaciones de indicadores que promueven la creación de entornos habitables y atractivos para determinados segmentos de la actividad económica-laboral (2004, p. 1925).

Alejandro Mercado (2009) evalúa, desde una perspectiva crítica, una serie de correlaciones que se derivan de la elaboración y difusión de índices de calificación urbana, entre los que se encuentra, su incidencia en la toma de decisiones por parte de los empresarios, su rol en el diseño e implementación de la política pública en materia de competitividad urbana local, así como su influencia en la construcción y posicionamiento (principalmente a través de los medios de comunicación) de una ‘imagen favorable’ de ciudad contemporánea.

Mercado considera como aspectos positivos de los rankings la posibilidad de: “[...] ubicar la situación de la localidad sin subestimar o sobreestimar los procesos económicos locales al compararlas con otras regiones [y contribuir a] identificar áreas de atención crítica en relación con posibles carencias respecto de otras regiones del mismo país” (2009, p. 171).

En contraparte, señala que la mayoría de los índices pueden incurrir en generalizaciones y/o descontextualizar la situación particular de una localidad (perdiendo de vista sus características económicas específicas); asimismo, en función de la organización que elabora el índice se favorece o privilegia la inclusión de determinados indicadores lo cual tiene como resultado la promoción (de manera implícita) de un modelo o paradigma de desarrollo local: por ejemplo, si el énfasis se coloca en indicadores como las facilidades administrativas y el marco regulatorio, implícitamente el índice promoverá un modelo orientado a la simplificación administrativa y la desregulación.

Un aspecto de los rankings—o ejercicios de *benchmark*—que se expone en el trabajo de Mercado (2009), es la preminencia de variables cuantitativas que miden elementos ‘por

separado', en detrimento de una evaluación del funcionamiento en conjunto u 'orgánico' de los componentes económicos, productivos, tecnológicos y de generación de conocimiento presentes en una localidad, es decir, la medición de la relación (propia o local) entre elementos: industria, base laboral, universidades, gobierno y otros (Mercado, 2009, p. 172).

Se advierte, continúa Mercado (2009), una diversidad de métodos empleados en la construcción de los índices, lo cual da como resultado discrepancias entre los índices, por ejemplo, una misma ciudad, puede aparecer clasificada—en el plano nacional, regional o mundial—en distintas posiciones dependiendo del ranking que se trate; estas discrepancias “[...] no necesariamente indican que un método sea mejor o más completo que otro, pero sí cuestionan la utilidad general de los índices para los tomadores de decisiones” (p. 174).

Sobre el papel de los rankings en la toma de decisiones entre los empresarios al invertir o emplazar actividades, Mercado plantea una serie de preguntas acerca de la capacidad de los rankings para influir: ¿utilizan la información de los índices?, ¿se basan en información (objetiva o subjetiva) propia? o ¿responden a 'inercias de localización', considerando factores como tradición, pertenencia, identidad u origen? (2009, p. 172).

[...] el comportamiento de los actores económicos no es el de una máquina que responde ante estímulos controlados por el mercado [...] toman decisiones desde posiciones históricas, sociales y culturales específicas. Sus decisiones forman parte de maneras particulares de interpretar la realidad, de dotarla de sentido y de buscar respuestas en determinados lugares. Partimos de que la economía, y de forma clara los actores económicos, están imbuidos en la sociedad (Mercado, 2009, p. 182).

Sin embargo, de acuerdo con Mercado (2009), tanto entre las organizaciones que producen los índices como entre algunos sectores de la gestión pública local (gobiernos estatales, municipios), se asume (sin tener la certeza) que efecto los agentes económicos toman en cuenta los índices para identificar lugares-territorios en donde invertir, por lo que advierte la necesidad de investigar en qué medida los empresarios utilizan los índices (p. 173).

El que algunos sectores de la gestión local asuman que los índices inciden en la toma de decisiones de los agentes económicos, se vincula con la orientación de las políticas de desarrollo: “[...] cuando los índices dirigen las acciones de los gobiernos locales hacia áreas específicas, eliminan otras posibilidades, generando un efecto de "exclusión" de

políticas alternativas de desarrollo” (Mercado, 2009, p. 173).

Así como Mercado (2009) señala la necesidad de investigar cómo incorporan los empresarios la información de los índices en la toma de decisiones, cabe añadir que también es importante corroborar si entre los funcionarios públicos locales, en efecto, se asume que los rankings orientan, inciden o influyen en la toma de decisiones por parte de los actores económicos al momento de invertir o localizar sus actividades.

Otra vertiente de la reflexión tiene que ver con los recursos y acciones que se movilizan desde la gestión pública local alrededor de la promoción, visibilización o difusión de los atributos o, como lo refiere Mercado (2009), la ‘imagen’ de las ciudades:

Los índices también están relacionados con la corriente actual que proclama que para estimular el crecimiento de las economías locales hay que promover su imagen. La idea subyacente es que los ejecutivos, empresarios y trabajadores de alta calificación, además de buscar un lugar económicamente viable para sus inversiones, también quieren lugares agradables y seguros para vivir [...] podemos encontrar índices que se construyen específicamente para medir las ciudades donde se ‘vive mejor’ o ciudades que son más ‘dinámicas y creativas socialmente’ (Mercado, 2009, p. 173).

Mercado (2009) señala que si bien los índices no buscan promover la ‘imagen’ de las ciudades, calificar su competitividad en mejor o peor situación respecto a otras urbes, generan una imagen acerca de la ciudad, sus atributos, capacidades y potencialidades.

Las políticas que se derivan de imágenes "negativas" de las ciudades obviamente están destinadas a contraatacar la información en la que se basa la imagen no deseada de la ciudad, presentando información que proyecte una imagen positiva [...] mediante la atención a las recomendaciones de los índices (disminuyendo los índices de criminalidad, por ejemplo) o respondiendo con publicidad. De hecho, éste es uno de los recursos más empleados por los gobiernos locales [...] (Mercado, 2009, p. 175).

Expone la necesidad de incorporar los esfuerzos en materia de imagen, reputación y visibilidad en la gestión misma de la ciudad, toda vez que “[la] imagen se construye en el ejercicio de gobierno, en la inclusión de sectores amplios en los procesos económicos, sociales y culturales, no con una agencia de publicidad” (Mercado, 2009, pp. 187-188).

Subraya la importancia de superar o complementar los ejercicios de calificación de

lugares—y sus efectos no deseados en cuanto a homogenización y simplificación de la información (bajo la perspectiva de los rangos ‘mejor a peor’)—, añadiendo “[...] elementos cualitativos que permitan entender la situación precisa de cada localidad, evaluarlas a partir de estos elementos y compararlas en sus diferencias puede presentar una visión más interesante, realista y enriquecedora” (Mercado, 2009, p. 176).

La propuesta teórico-metodológica que plantea este autor enfatiza las aproximaciones cualitativas, así como una evaluación del funcionamiento en conjunto (orgánico) de los factores económicos, productivos y de gobierno presentes en cada localidad.

La inclusión de indicadores cualitativos que reflejen el conocimiento actual del desarrollo regional es vital para hacer diagnósticos efectivos y políticas sensitivas y estratégicas [...] Mantener un reconocimiento del contexto cultural, político y social además del económico previene la generación de modelos de aplicabilidad general pero de muy poca probabilidad de éxito. Cada lugar requiere una política específica y diferenciada [...] La utilidad de los índices generales debe ser acotada y puesta en su justa dimensión. (Mercado, 2009, p. 188).

Entre las reflexiones que se derivan de los aportes publicados por Mercado (2009) y McCann (2004), se encuentra la necesidad de contar con un diagnóstico cualitativo con respecto a la importancia o lugar que le confieren a los rankings de ciudades—en especial, los elaborados por revistas especializadas en economía, finanzas y negocios—los actores sociales (funcionarios públicos locales) involucrados con el diseño e implementación de políticas públicas locales en materia de competitividad urbana, toda vez que un giro en la ponderación de los índices debería provenir o generarse dentro de ese ámbito.

Devriendt *et al* (2011) plantean otra aproximación a la relación entre los rankings y la medición de la competitividad de las ciudades, incorporando el marco conceptual desarrollado por Manuel Castells (1999a) en torno a los flujos informacionales presentes en la conexiones inter-urbanas derivadas de la *nueva lógica espacial* propia de la sociedad red.

El grupo de investigadores elaboró un diagnóstico de los criterios y atributos que se han venido tomando en cuenta para dimensionar la importancia de las ciudades, haciendo referencia al trabajo de Jefferson (1939, 1940) sobre las ciudades de primera importancia o las más grandes en Estados Unidos, los aportes de Davis (1959) en torno a las mayores

zonas metropolitanas generadoras de riqueza a nivel mundial, y confirmando la preminencia que continúa teniendo el tamaño de la población al momento de determinar el lugar de una localidad dentro de la jerarquía urbana mundial (Devriendt *et al*, 2011, p. 73).

Si bien el tamaño de la población involucra un peso específico de las ciudades en el plano económico y medioambiental, resulta insuficiente para definir la jerarquía o el papel que juega una ciudad. A partir de la segunda mitad del siglo XX desde la sociología, la economía y la geografía económica se han propuesto criterios para identificar las ciudades importantes en la escala regional y global, en ámbitos como el comercio, la política y la cultura, asociados a factores e indicadores de la ciudad tales como: el ser sede de grandes corporativos, alojar un número importante de instituciones financieras y bancarias, contar con diversas organizaciones no gubernamentales, de la sociedad civil, fundaciones y asociaciones (Friedmann, 1982; Hall, 1966; Knox & Taylor, 1995), entre otros.

Devriendt *et al* (2009) refieren que con el ascenso de las pautas socioeconómicas vinculadas con la era de la información, el paradigma informacional y la sociedad red (Castells, 1995), la rapidez y profundidad de las conexiones entre los centros urbanos apoyadas en flujos y un espacio de los flujos, han logrado mantenerse como una de las características de la globalización mundial contemporánea, lo que ha demandado nuevos criterios y formas de entender la importancia realtiva de las ciudades en el entorno actual.

En síntesis, se trata de una nueva lógica de espacio-tiempo, sustentada por un acelerado crecimiento y difusión de redes de flujos tanto informacionales como de otros tipos (personas, tecnologías, interacciones organizacionales, imágenes, sonidos, símbolos, etc.), presentes en un espacio de los flujos, con una base tecnológica de información y comunicación que en esencia ha logrado desacoplar la simultaneidad en el tiempo de la contigüidad en el espacio, lo cual implica que en la sociedad red la simultaneidad de los procesos no dependa más de la contigüidad física (Borja y Castells, 1999).

Lo anterior significa, de acuerdo con Castells (2000), que el sistema global urbano debe ser asimilado ya no solamente como un *espacio de lugares* (cuya organización se basa en la historia y la experiencia común del espacio-tiempo absolutos), sino también como un *espacio de flujos* el cual admite la ‘superposición de espacialidades’, es decir, la realización

de operaciones, intercambios, interacciones y experiencias en un espacio tanto de orden material (lugar) como digital (virtual) (Devriendt *et al*, 2009, p. 74).

Esta perspectiva se ha visto reflejada en la investigación urbana centrada en la competitividad y la producción de índices relacionados con los atributos, capacidades y potencialidades de las ciudades en el entorno económico global, orientando esfuerzos teóricos, conceptuales y metodológicos a determinar las capacidades de diferentes tipos de ciudades (en función de su morfología, tamaño, localización, cultura e historia), al momento de incorporarse en el espacio de flujos y tomar parte en diferentes intercambios.

Devriendt *et al* (2009) señalan que diferentes autores y grupos de investigación han optado por analizar la conectividad inter-urbana a partir de categorías que permitan materializar y por ende, obtener una dimensión tangible del rol que tienen las ciudades en los flujos (que involucren personas y lugares).

En esta perspectiva se ubican trabajos como el del GaWC centrado en la localización (los lugares) de corporaciones y firmas de servicios avanzados (Beaverstock *et al*, 1999), la determinación de las relaciones y la lógica funcional de los capitales dentro de una 'jerarquía global urbana' (Sassen, 2001b), el emplazamiento de las infraestructuras para el funcionamiento de Internet (Malecki, 2002; Zook, 2001), o el análisis de las redes de aeropuertos y aerolíneas como parte de las conexiones físicas entre ciudades dentro de un sistema global urbano en el que se desplazan diariamente millones de personas (Smith & Timberlake, 2001; Zook & Brunn, 2006).

El grupo de Devriendt *et al* (2009) identificó una falta de evidencia sobre los flujos intangibles (fundamentalmente de información y conocimiento) entre ciudades, siendo estos precisamente un activo de gran valor dentro de la sociedad red; por lo que desarrollaron una línea de trabajo orientada a indagar en las interacciones al día y en tiempo entre ciudades, considerando tanto la información como las relaciones informacionales.

Por su parte, Simon Anholt ha formulado en una serie de trabajos los conceptos de *marca lugar* (2010) e *identidad competitiva* (2007) para hacer referencia al escenario concreto en el que los lugares (países, regiones o ciudades) compiten unos con otros en el mercado global por productos, servicios, eventos, ideas, visitantes, talento, inversiones e influencia.

Identidad competitiva es el término que utilizo para describir la síntesis de gerencia de marca con diplomacia pública y con comercio, inversión, turismo y promoción de exportaciones. Es un nuevo modelo para una mejorar la competitividad nacional en un mundo global, uno en el que se está comenzando a pagar dividendos para un número importante de países, ciudades y regiones, tanto ricos pobres (Anholt, 2010, p.3).

Anholt ha generado una serie de índices—los más populares: *The good country index*, *Nation Brand Index* y *City Brands Index*—orientados a vincular indicadores como reputación, confianza, imagen, percepción internacional y, especialmente, la existencia de políticas públicas que aporten elementos concretos a una localidad para, posteriormente, permitirle dar a conocer atributos positivos de su cultura, su tejido social y los mecanismos de cooperación e interconexión global con los que cuenta (Anholt, 2010).

De acuerdo con Anholt, la reputación de los países, las regiones y las ciudades más allá de ‘construirse’ o, peor aún, ‘inventarse’ a partir de la mercadotecnia, las campañas publicitarias o los programas de comunicación estratégica (lo cual significaría trasladar una ‘fórmula’ utilizada por las empresas y los productos a los ‘lugares’).

Para los lugares una reputación o imagen positiva se gana o se obtiene a partir de acciones y políticas públicas concretas que permean los entornos, las comunidades, las interacciones y el tejido social, para entonces ser comunicadas apropiadamente, a partir de tres elementos: estrategia (visión clara de quién la ciudad o país, dónde se ubica de acuerdo tanto a datos concretos como a las percepciones internas y externas, y hacia dónde quiere ir), substancia (marcos normativos, funcionamiento estructural, innovaciones, instituciones, reformas, políticas públicas, acorde con la imagen objetivo de la localidad) y acciones simbólicas (acciones emblemáticas con de gran valor comunicativo) (Anholt, 2010).

Otros resultados de investigación que se han publicado (Rogerson, 1999), abordan aspectos más específicos como la popularización de los índices basados en la *calidad de vida* para determinar el grado de competitividad de las ciudades, como un factor exitoso al momento de atraer la atención de los capitales y su utilización en las acciones de promoción y mercadotecnia de lugares el cual ha logrado captar la atención del público y de los medios de comunicación, en un entorno con alta movilidad de capital.

Rogerson (1999) advierte que los índices median entre las percepciones públicas de los lugares y los indicadores estadísticos generando un debate, ya que ciertas localidades aún quedando listadas con una baja calidad de vida esto les beneficia al momento de atraer inversión pública, aunque el concepto de calidad de vida generalmente se delinea con factores econométricos u otros de bienestar, en relación con las necesidades del capital.

Otros autores han abordado aspectos tales como: la dimensión semiótica de los índices de competitividad urbana (Goh, 2011), las rutinas periodísticas para determinar los ‘mejores lugares’ (Guterbock, 1997) y la creación de entornos regionales a partir de un modelo de ciudad contemporánea competitiva (Manzano, 2010; de Mattos, 2012). Como ya se ha referido, se trata de una línea temática en consolidación dentro de la que se han publicado múltiples trabajos y sin duda se continuarán generando novedosas aproximaciones.

Una vez que se han revisado las aproximaciones presentes en el campo de estudio de la competitividad urbana, es importante subrayar que en esta investigación se suscribe la necesidad e importancia de las mediciones, sin embargo es necesario incorporar una ‘nueva generación’ de indicadores o enfoques que valoren los entornos urbanos como lugares para ‘hacer una vida’, construir identidades, generar comunidad, fortalecer el tejido social, acceder a servicios públicos y disfrutar de recursos naturales o medioambientales.

Es necesario retomar en los índices la esencia de los debates en curso sobre los efectos del entramado económico sobre las interacciones sociales y la morfología urbana, así como la agenda que representa el concepto del *derecho a la ciudad* (HIC-AL, 2011; Lefebvre, 1978) o las *ciudades rebeldes* (Harvey, 2013), que evidencian una discusión que va más allá de los indicadores y se instala en la construcción de los factores necesarios para alcanzar ‘*la ciudad que queremos*’ o ‘*la ciudad con la que soñamos*’.

Es pertinente impulsar una nueva etapa de rankings, índices, listados y mediciones de ciudades que contribuyan, a partir de una estrategia de comunicación que aproveche los recursos presentes en el ecosistema de medios, en la construcción de consensos sociales y se articulen con instancias ciudadanas de seguimiento y evaluación de políticas públicas locales, a través del aprovechamiento de los datos (datos masivos y metadatos) y la información generada por los sistemas públicos y privados que operan en la ciudad.

II.1.6. Políticas públicas. El proceso de diseño e implementación.

Como ya ha sido referido por diferentes autores, la competitividad urbana además de ser un ámbito de estudio e investigación, se ha colocado en la agenda de las políticas públicas (Sobrino, 2002); en el caso de México, en los tres órdenes de gobierno: federal, estatal y municipal (local) se implementan acciones y programas orientados a reforzar o mejorar la competitividad urbana tanto nacional como de regiones y territorios en específico.

El nivel municipal (local) es la forma de gobierno de las ciudades consideradas para la investigación, exceptuando la Ciudad de México que es la sede de los poderes, con una jefatura de gobierno, 16 autoridades delegaciones-territoriales y una asamblea legislativa (Álvarez, 2013), situación que será modificada a partir de la Reforma Política del Distrito Federal a concretarse en enero de 2017, cuando será un estado más de la República.

Las políticas públicas (en los diferentes órdenes y niveles de gobierno) han concitado un amplio debate académico, teórico y conceptual, el cual no es posible reproducir en este espacio, por lo que para cumplir con los objetivos del trabajo se hará alusión a los aspectos más relevantes que se encuentra en relación con los rankings de ciudades, a partir de tres autores: Parsons (2012), Aguilar (2013, 2014a, 2014b) y Merino (2013).

En primera instancia destaca el carácter ‘público’ de las políticas como antinomia de lo ‘privado’, es este sentido el espacio donde se formulan es necesariamente la esfera colectiva, una que no es privada o individual. “Lo público comprende aquella dimensión de la actividad humana que se cree que requiere la regulación o intervención gubernamental o social, o por lo menos la adopción de medidas comunes” (Parsons, 2012, p. 37).

La aparición de las políticas en la esfera pública se da con el ascenso del Estado democrático liberal moderno que surge de la segunda posguerra (Parsons, 2012, p. 48; Merino, 2013, p. 31), junto con la consolidación de las ciencias sociales y económicas, así como una mayor preocupación y la aparición de instancias de monitoreo con respecto a la capacidad y eficacia de los gobiernos para dar cauce al desarrollo económico y social, lo cual queda plasmado en la creación de órganos dependientes de la ONU, como la Organización de las Naciones Unidas para la Educación y Diversificación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) en 1945, el Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (Unicef) en 1946,

o el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo puesto en marcha para el año de 1966, por citar un par de ejemplos de carácter general.

En la relevancia que fueron adquiriendo las políticas públicas hacia mediados del siglo XX, también fueron determinantes aportes teóricos como los formulados por John Maynard Keynes y el entorno generado en los Estados Unidos de América a partir del llamado *New Deal* precisamente como un modelo de política pública implementada por la administración de Franklin D. Roosevelt para hacer frente a los efectos de la Gran Depresión, el desempleo y los conflictos bélicos internacionales que estaban en curso. Tal y como refiere Parsons, la distinción de este ámbito concreto de la tarea de gobierno se refleja en el vocablo en inglés *policy* (políticas públicas) el cual se distingue de *politics* (política) (2012, p. 50).

[...] al hablar de políticas públicas queremos decir decisiones de gobierno que incorporan la opinión, la participación, la corresponsabilidad y el dinero de los privados, en su calidad de ciudadanos electores y contribuyentes (Aguilar, 2013, p.36).

En el texto donde aborda con profundidad este tema, Parsons expone que una política pública implica el reconocimiento de un problema, y que precisamente este primer momento—la definición de lo que es un problema para abordarse a través de una decisión/acción de gobierno—marca la forma en la que los artífices de la política se aproximarán al tema.

Un problema debe ser definido, estructurado, colocado dentro de ciertos límites, además de recibir un nombre o etiqueta. La forma en que se lleva a cabo este proceso es crucial para la formulación de una política de respuesta. Las palabras y los conceptos a los que se recurre para describir, analizar o clasificar un problema enmarcan y moldean la realidad a la que se desea aplicar una política o ‘solución’ (2012, p. 120).

En esta perspectiva, coincide Merino, quien expone: “Una política pública puede ser definida como una intervención deliberada del Estado para corregir o modificar una situación social o económica que ha sido reconocida como problema público” (2013, p. 17); en síntesis, la política pública se concibe como “[...] un proceso racional, informado y comprometido de selección y definición de problemas, a partir de los medios efectivamente disponibles para solucionarlos [...] las políticas públicas son una selección y una definición

de problemas” (Merino, 2013, pp. 36-37); desde este momento podría perfilarse un papel por parte de los índices, ya que actúan como ‘monitores’ del entorno y el desempeño de las unidades (nodos, ciudades) que interactúan en el mismo.

Un problema, es decir, un hecho calificado como problema, particularmente si es un problema significativo, cristaliza toda una historia cultural; es resultado de una cadena causal compleja de factores sociales y también resultado de la evolución de las percepciones y valoraciones de una sociedad (Aguilar, 2013, p. 49).

La competitividad se ha ido incorporando como parte de las ‘percepciones y valoraciones’ de la sociedad a las que se refiere Aguilar; desde esta perspectiva se puede advertir que los rankings tienen un papel en esta identificación, percepción y valoración de problemas públicos en el ámbito social que requieren ser atendidos a través de una política.

De acuerdo con Parsons (2012) la definición de los problemas de políticas públicas no es precisa, contrario a lo que podría suceder con las matemáticas o la física (p. 120), en gran medida debido a que involucra las percepciones y la definición del problema en términos del espacio público de deliberación.

El hecho de que algo se convierta en un tema que atrae la atención de los diseñadores de las políticas y los medios de comunicación masiva está estrechamente vinculado con la manera en que el tema en cuestión se relaciona con la opinión pública, como quiera que ésta sea definida y medida. La opinión pública es al mercado político lo que la demanda del consumidor es al mercado económico. La demanda de políticas públicas determina la oferta de políticas públicas. Además, el hecho de que los diseñadores de las políticas públicas midan y estén atentos a la opinión pública fortalece el argumento de que la agenda de las políticas públicas está definida por el juego mutuo entre la opinión pública y el poder público (Parsons, 2012, p. 141).

Se puede establecer la capacidad de la prensa económica para situarse en la ‘intersección’ entre la formulación de problemas públicos—en la esfera de deliberación—y la identificación de temas para la formulación de políticas en los diferentes niveles de gobierno, especialmente el local; los rankings interactuarían tanto en la problematización de los temas como en la definición de la agenda, desde luego no como factor determinante, sino con otros elementos presentes en la gestión pública y la deliberación social.

Por *agenda de gobierno* suele entenderse en la literatura el conjunto de problemas, demandas, cuestiones, asuntos, que los gobernantes han seleccionado y ordenado como objetos de su acción y, más propiamente, como objetos sobre los que han decidido que deben actuar o han considerado que deben actuar. Éste es el punto esencial de la definición [...] El gobierno decide actuar sólo sobre lo previamente ha llamado y fijado su atención (Aguilar, 2014b, p. 29).

Aguilar (2014b) añade que debido a que “la atención de los gobiernos es limitada” (p. 30), la integración de la agenda quedará sujeta a las demandas de grupos y el problema se elaborará gradualmente; Cobb y Elder (1972, 1984) consideran también el hecho de que distintos tipos y niveles de agendas pueden coexistir: sistémica, pública, constitucional, institucional, formal o gubernamental (como es citado en Aguilar, 2014b). Es en este punto las políticas públicas refieren a un proceso que involucra decisiones y un curso de acción.

La decisión es básicamente el resultado de la confluencia no causal pero tampoco enteramente previsible y controlable de cuatro ‘corrientes’, cada una de las cuales tiene diversa lógica y dinámica: *los problemas, las soluciones, los actores participantes y las oportunidades de elección* (Aguilar, 2014b, p. 39).

En la conformación de las políticas públicas el entorno internacional juega también papel relevante, las características y dinámicas propias de la sociedad red, en el sistema económico internacional, en donde nuevamente los rankings promovidos por la prensa económica adquieren una mayor relevancia ya que realizan el ejercicio comparativo internacional, generando un entorno propicio para la replicabilidad de políticas públicas (como las enmarcadas en la competitividad urbana) de la que habla Parsons (2012).

Para Harrop (1992, p. 263), quienes diseñan políticas públicas a nivel nacional tienen en común un contexto para dichas políticas el cual está determinado por el ciclo económico internacional, el cual en el capitalismo contemporáneo está determinado por periodos de prosperidad, recesión, depresión y recuperación, “[...] las organizaciones internacionales también forman parte importante del contexto de la formulación de las políticas nacionales [...] Los medios de comunicación masiva y las conferencias internacionales facilitan este proceso de difusión de las políticas. Los diseñadores de políticas en un país tratan de emular los éxitos de sus pares en el extranjero” (como es citado en Parsons, 2012, p. 263).

Como ya se ha apuntado, las políticas públicas representan un amplio ámbito de estudio, aspectos como el ‘ciclo de atención a los asuntos’ (Cobb y Elder, 1971)—bajo el cual un tema logra posicionarse en el espacio público deliberativo y le es conferida una determinada relevancia social—, o la ‘formación de temas en el contexto de comunidades y redes’ (Sabatier, 1991; Lindblom y Woodhouse, 1993)—el cual refiere a cómo las políticas implican redes de interacción y ‘comunidades epistémicas’ (Haas, 1990) que comparten modelos de intervención, un lenguaje técnico (Edelman, 1977) y valores políticos comunes, pudiendo representar también relaciones y tejidos sociales más o menos cerrados como las élites (Richardson y Jordan, 1979; Rhodes, 1988).

Para cerrar la revisión de los componentes básicos de las políticas públicas, en su vinculación con la competitividad urbana y los rankings de ciudades, se hará referencia a los elementos que permiten categorizar las políticas públicas inscritas en el ámbito de la competitividad urbana, como un proceso dentro del cual esta investigación busca analizar el papel de los rankings de ciudades.

Si se define la toma de decisiones como un proceso en el que se elige o selecciona determinada opción, entonces la noción de decisión implica un punto o una serie de puntos en el tiempo y el espacio que marca el momento en el que los diseñadores de las políticas asignan valores. En ese sentido, la toma de decisiones abarca la totalidad del ciclo de las políticas públicas; por ejemplo: las decisiones acerca de qué constituye un “problema”, que información elegir, selección de estrategias para influir la agenda de las políticas, selección de opciones de políticas a considerar, selección de que opción, selección de fines y medios, selección del método para implementar la política en cuestión, selección del método para evaluar las políticas. En cada uno de estos puntos hay toma de decisiones; algunas de ellas implican la asignación de valores y la distribución de recursos mediante la formulación de una política o a través de la realización continua de un programa, de esta manera, la toma de decisiones ocurre en diferentes ámbitos y niveles (Parsons, 2012, p. 273).

Las políticas públicas se vinculan estrechamente con una ‘agenda pública de problemas’, formulados, percibidos, evaluados y/o visibilizados como socialmente importantes; de esta manera la toma de decisiones es finalmente una actividad orientada a la resolución de problemas (Parsons, 2012, p. 380); de ahí que los rankings representen un tipo de

información que facilita la identificación, formulación y visibilidad de algunos problemas presentes en la agenda pública, siendo el caso de la competitividad urbana.

De acuerdo con Merino (2013), el proceso de las políticas públicas está compuesto de al menos cuatro momentos: selección de los problemas públicos, diseño de un ‘mapa de ruta’, la acción misma y finalmente, la evaluación (p. 109); de esta manera, el trabajo de campo para la recopilación de datos aportados por sujetos sociales estará ubicado precisamente en esta perspectiva.

Aunque las políticas públicas representan un objeto de estudio amplio y todavía impreciso, en términos generales puede afirmarse que la literatura sobre el tema acepta que ese análisis se despliega a través de las distintas etapas que conforman el llamado proceso de las políticas, que va desde la selección y la definición de problemas públicos que habrían de afrontarse hasta la evaluación de sus resultados, pasando al menos por una etapa de diseño y una red de implementación. Si bien—como hemos dicho en otro sitio—en la práctica las políticas públicas se van diseñando, implementando, evaluando y reestructurando a la vez, para fines analíticos su concepción como un ciclo articulado ayuda a identificar con la mayor exactitud posible los obstáculos que podrían afrontar durante su periodo de vida, en busca de los resultados que las justifican (Merino, 2013, p. 109).

En su estudio Luis F. Aguilar (2014b) identifica las seis fases en el proceso de la política: Iniciación (planteamiento creativo del problema), Estimación (investigación cabal de conceptos), Selección (debate de las opciones posibles), Implementación (desarrollo de normas, procedimientos y lineamientos para la puesta en práctica de las decisiones), Evaluación (comparación entre los niveles esperados de rendimiento y los ocurridos, conforme a los criterios establecidos) y Terminación (determinación de los costos, consecuencia y beneficios por clausura o reducción de actividades) (pp. 20-21).

Las etapas del proceso denotan sólo los componentes lógicamente necesarios e interdependientes de toda política, integrados a la manera de proceso, y de ninguna manera eventos sucesivos y realmente separables. En la práctica las "etapas" pueden sobreponerse y suponerse unas a las otras, condensarse alrededor de una de ellas, anticiparse o atrasarse, repetirse [...] la separación analítica no debe ser confundida con una separación real, una secuencia temporal (Aguilar, 2014b, p. 15).

De esta manera, a partir de este andamiaje conceptual se trabajará con los sujetos sociales en campo la identificación del papel de los rankings de ciudades, en el proceso de diseño e implementación de las políticas públicas, de acuerdo con las delimitaciones expuestas por Parsons (2012), Merino (2013) y Aguilar (2013, 2014a y 2014b).

Cuadro 3. Definiciones de competitividad urbana, de acuerdo con autores y grupos de investigación

Autor/Grupo de Investigación	Definición
<p>Global Urban Competitiveness Project (GUCP)</p>	<p>“[...] es el grado en el cual una ciudad, en comparación con otras ciudades en competencia, es capaz de atraer inversiones productivas que se traducen en generación de empleos e incremento en los ingresos, al tiempo de acrecentar y consolidar sus amenidades culturales, atractivos recreacionales, cohesión social, gobernanza y un medio ambiente adecuado para su población residente” (Sobrino, 2010, pp. 14-15).</p> <p>“[...] la capacidad de ciudad para atraer y transformar los recursos, controlar y dominar el mercado, creando así más riqueza de una mejor y más rápida forma, además de proporcionar bienestar a sus ciudadanos. Lo anterior como resultado de la combinación de los elementos urbanos operacionales-empresariales con los sistemas industriales en comparación con otras ciudades del mundo [...] existen dos marcos conceptuales aplicables a la competitividad urbana mundial y dos sistemas de indexado para el <i>input</i> y el <i>output</i>” (Pengfei & Kresl, 2010, p. 1).</p> <p>“[...] se asume que los beneficios derivados de los valores de la ciudad son iguales al monto total de los beneficios creados por todas las empresas de la ciudad, por lo que la competitividad de la ciudad (esto es, los beneficios provenientes de los valores y capacidades de la ciudad) se analiza a partir de los beneficios creados por la producción de las empresas de la ciudad” (Pengfei & Kresl, 2010, p. 1).</p>
<p>Lever y Turak</p>	<p>[...] capacidad de una ciudad para insertarse en los mercados nacional y foráneo, y su relación con el crecimiento económico local y el incremento en</p>

	<p>la calidad de vida de los residentes.</p> <p>[...] grado en el cual las ciudades pueden producir bienes y servicios para los mercados regional, nacional, nacional e internacional, aumentando de manera paralela el ingreso real y la calidad de vida de la población y procurando un desarrollo sustentable (Lever y Turok, 1999, p. 792; Sobrino, 2002, p. 317).</p>
<p>Luis Jaime Sobrino</p>	<p>“[Es la] interrelación entre el desempeño económico local y otras manifestaciones sociales, políticas y ambientales de la vida urbana” (Sobrino, 2010, p. 14).</p> <p>“La competitividad urbana representa la principal fuente de prosperidad económica en un Sistema cada vez más orientado al intercambio comercial. El manejo del concepto ha ido avanzando, puesto que en un principio se orientó fundamentalmente hacia aspectos económicos tales como productividad, desregulación y flexibilidad, para ir abarcando otras esferas de la sociedad, como la cohesión social, la gobernanza y el desarrollo sustentable.</p> <p>[...] tiene que ver con la estructura económica local, sustentabilidad del crecimiento, beneficiarios del crecimiento y cohesión social; en otras palabras, desempeño económico e impacto en la fábrica social-inclusión social, capital social y cohesión social” (Sobrino, 2005, pp. 18-19).</p>
<p>Iain Begg</p>	<p>“[la competitividad para una ciudad es el] cambio en su posición económica dentro de un sistema urbano nacional o internacional” (Sobrino, 2010, p. 14).</p> <p>“En el corto plazo, la competitividad depende de la estructura de la economía y de su especialización sectorial, así como las condiciones contextuales, como el carácter y eficacia de las instituciones, la calidad y la difusión de la infraestructura y otros factores que influyen en la eficiencia del sistema nacional como un todo. En el largo plazo, la competitividad depende de la capacidad de sostener el cambio en los factores que dan lugar al incremento en la productividad (tecnología, recursos humanos, etc., pero también en la estructura de la economía y cómo la política busca delinearla). Por lo tanto, la inversión (en recursos humanos, así como en capital físico) es importante, así como los cambios institucionales y organizacionales” (Begg, 1999, p. 789).</p>

IMCO	“La capacidad de una ciudad para captar inversión y retenerla” (Cabrero & Díaz, 2010, p. 17)
Enrique Cabrero y Ana Díaz	<p>“Cuando una ciudad es capaz de generar un ambiente propicio para la competitividad, se habla de una ciudad competitiva. Es decir, una ciudad que posee y ofrece los ingredientes para la competitividad de las actividades económicas y sociales, ingredientes tales como: una aglomeración de conocimientos; polos de innovación tecnológica; la existencia de empresas innovadoras; de infraestructura y equipamiento urbano que faciliten dichas actividades; capital social que fortalezca la cooperación entre grupos empresariales, sociales y de ciudadanos diversos; capital humano altamente capacitado; y una dinámica de sustentabilidad regional que preserve los recursos naturales y no deteriore indiscriminadamente el medio ambiente [...]</p> <p>Sin embargo, no basta con poseer los ingredientes, es necesario también un sistema de gobernanza urbana que haga posible la conexión de todos estos elementos en un ciclo virtuoso; es decir, la existencia de un marco institucional y regulatorio propicio y ágil; estructuras gubernamentales de calidad; la construcción de redes de políticas para el desarrollo urbano integral; y derivado de todo esto, una acción pública de ‘alta intensidad’; esto es, capacidad de generar consensos y acuerdos entre grupos diversos de la sociedad, y grupos gubernamentales, alineados hacia un proyecto integral de ciudad” (Cabrero & Díaz, 2013, p. 17).</p>
ONU-Hábitat y Sedesol	<p>“Conceptualmente la competitividad urbana tiene variadas acepciones, refiriéndose principalmente a características económicas (la capacidad de inserción en mercados, atracción de recursos e inversiones, etc.). Sin embargo, en lo que sí existe consenso es que cualesquiera que sean las variables económicas consideradas, éstas deben resultar en una mejora de la calidad de vida de los habitantes y con mayor frecuencia se integran variables para medir la cohesión social, sustentabilidad, gobernabilidad, etc” (ONU-HÁBITAT & SEDESOL, 2011, p. 36).</p>

II.2. Redes, Sociedad Red y Espacio de Flujos: Ciudades Contemporáneas y Competitividad Urbana

En los anteriores apartados se han expuesto las bases documentales y conceptuales relativas a la prensa económica, la competitividad urbana y los rankings de ciudades; en este apartado se presentará la perspectiva teórico-conceptual que ofrece el marco general aplicable al análisis de las correlaciones que se abordan en la investigación.

El marco teórico-conceptual relativo a *las redes, la sociedad red y el espacio de flujos*, se abordará a partir de la obra de Manuel Castells (1995, 1999a, 2001b, 2009, 2012). Desde la perspectiva crítica de la sociología urbana, aporta conceptos que sirven como marco para analizar la interacción, a través de redes globales, entre ciudades entendidas como nodos, la importancia que ha adquirido el precepto de la competitividad urbana en la escala internacional, y el rol de la prensa económica y de los rankings de ciudades publicados por revistas especializadas en el diseño, implementación y evaluación de políticas locales.

Como ya se dejó asentado, los índices son producidos por diferentes organizaciones, sobresalen las pertenecientes a la prensa económica toda vez que han evolucionado—dentro de un ecosistema de medios—en términos tecnológicos, periodísticos y empresariales, operando actualmente en un entorno marcado por la concentración, la diversificación y composición dinámica de sus fuentes de capital.

En la difusión de los índices de ciudades Internet ha venido cobrando cada vez una mayor importancia, toda vez que es ahí donde las organizaciones periodísticas llevan a cabo una parte importante de la difusión de sus contenidos y la interacción con sus lectores. Los *rankings de ciudades*, como información, permiten caracterizar y evaluar *nodos* de una *red global* en el *espacio de flujos*, la presente investigación plantea preguntas sobre las implicaciones que tiene el papel asignado a los rankings en la gestión pública local.

La prensa económica a través de los rankings, es una de las organizaciones que monitorea, evalúa y visibiliza el estado de la competitividad de diferentes ciudades, asimiladas como nodos integrantes de una red; los índices de ciudades se conjugan con los múltiples contenidos que procesa y difunde el sistema de medios a través del espacio de flujos, soportado por tecnologías de información y comunicación.

II.2.1. Antecedentes teórico-conceptuales en el estudio de las redes.

A continuación se desarrollarán los conceptos marco útiles en el análisis de las correlaciones entre rankings de ciudades, prensa económica y competitividad urbana (esta última como ámbito conceptual y de diseño-implementación de políticas públicas locales), las cuales tienen lugar en un contexto social contemporáneo: la *sociedad red*, cuyo elemento o componente principal son las *redes*.

La terminología de las redes se ha utilizado extensamente en teorías recientes de la comunicación y la sociedad. La formulación más influyente la propuso Manuel Castells (1999a, 2012), quien diagnosticó una sociedad de redes: una transición histórica y mundial del capitalismo industrial al capitalismo informativo [...] el marco de Castells ayudó a poner en primer plano un cambio *de la información como recurso*, en particular en la producción material y administración [...] *a la comunicación como un proceso* en todos los sectores de la sociedad. Tres nociones clave sugieren las implicaciones del argumento general en las investigaciones sobre la comunicación: espacios de flujos, tiempo intemporal y una cultura de la virtualidad real (Jensen, 2014, p. 299).

El desarrollo del concepto de *sociedad red* presente en la obra de Manuel Castells deriva de un recorrido intelectual que inicia con las tradiciones sociológicas que convergen hacia 1970 en la Universidad de París, donde se gesta lo que se ha denominado como la “Escuela Francesa”, espacio en el que Castells se doctora como sociólogo urbano (Castells, 2015; Radiotelevisión Española, 2013).

El contacto con corrientes teóricas como el marxismo ortodoxo, la *escuela de Foucault*, el marxismo estructuralista, y con integrantes del claustro académico como Alain Touraine, Henri Lefebvre, Michel Crozier y Fernando H. Cardoso, concitaron sus primeras investigaciones centradas en el análisis empírico del cambio social—a la luz de los movimientos de 1968 en París—y la crisis urbana (Radiotelevisión Española, 2013).

En el primer conjunto de trabajos que desarrollaría como parte de su programa de investigación a partir de ese momento Manuel Castells, abordaría aspectos como el espacio y las relaciones sociales, los movimientos sociales urbanos, los intereses dominantes del capitalismo en la ciudad, el papel de la política, el estado y la microfísica del poder en la

vida cotidiana y en las instituciones urbanas (Castells, 2015).

Una segunda etapa determinante en la obra de Manuel Castells, tiene que ver con su incorporación a la University of California Berkley en 1979, precisamente durante la formación del clúster que hacia finales del siglo XX y principios del XXI se convertiría en el emblema y epicentro de la era de la información: Silicon Valley (Castells, 2015; Radiotelevisión Española, 2013). En 1989 publica *The Informational City*, en donde señala:

Las nuevas tecnologías de la información organizan el espacio de producción a lo largo de una jerarquía de actividades y funciones constituida por *redes* y *flujos*, las cuales llevan la división social entre capacidad intelectual y fuerza de trabajo hacia su límite extremo (Castells, 1995, p. 115).

The Informational City marca un conjunto de resultados de investigación que abarca títulos como *The Information Edge: Economy, Society and Culture. Volume 1: The Rise of Network Society* (Castells, 1999a) y *The Network Society: A Cross-cultural Perspective* (Castells, 2009) (por mencionar algunos de los textos más representativos), en los cuales se desarrolla una parte importante del núcleo conceptual sobre *redes*, *sociedad red* y *espacio de flujos* en el entorno contemporáneo marcado por la globalización.

En la que podría considerarse como “tercera etapa” de la producción académica de Castells—la cual comprende libros y artículos publicados de 2009 a la fecha—, los conceptos antes referidos aparecen vinculados con el ámbito de la comunicación y el poder (Castells, 2012), donde coloca las reflexiones sociotecnológicas en relación, por ejemplo, con el hito que representó para la comunicación política el triunfo de Barack Obama en los comicios presidenciales de noviembre de 2008 en Estados Unidos, apoyado por una intensa campaña a través de redes sociodigitales.

El complejo escenario político-social en escala global que se ha venido registrando a partir de 2008 (con la crisis económica global desatada a partir de la quiebra de Lehman Brothers la cual generó una onda expansiva que alcanzó a las economías de Europa central, coincidiendo con los movimientos sociales que se activaron en el Norte de África, particularmente en Túnez durante diciembre de 2010 donde inició la llamada *primavera árabe*), ha corroborado la vigencia de las categorías acuñadas en el marco de la *era de la*

información, en relación con: movimientos sociales, comunicación, información, poder, globalización y transformaciones tecnológicas, tal y como queda reflejado en *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age* (Castells, 2013).

En distintos trabajos publicados por Manuel Castells, refiere los aportes conceptuales en torno a la *sociedad de la información* hechos por Simon Nora y Minc Alain (1978), James R. Beniger (1986), Raúl R. Katz (1988), Jerry L. Salvaggio (1989) y Frederick Williams (1988), así como a David Lyon (1988) con su visión general de las teorías sociológicas que vinculan el postindustrialismo y el informacionalismo.

De igual forma, hace alusión a quienes considera como los teóricos que advirtieron las pautas previas al informacionalismo como Alain Touraine (1969), Daniel Bell (1975) y en particular al único intelectual marxista que habría previsto los estadios futuros del capitalismo informacional, Nicos Poulantzas (1978) (Castells, 1999a). Otros autores referidos por Castells respecto al concepto de *sociedad red* son Kokichi Shoji (1990), Kathleen Woodward (1980), Theodore Roszak (1988) y Neil Postman (1985, 1992).

Las *redes* constituyen por sí mismas un amplio campo de conocimiento, la obra de Manuel Castells estructura y sistematiza las aproximaciones históricas y teóricas más significativas sobre este campo, en particular a partir del trabajo que diferentes autores han venido sumando desde la segunda mitad del siglo XX.

En el ámbito teórico-conceptual, Manuel Castells destaca el trabajo de Peter Monge y Noshir Contractor (2003) por sus aportes a una “teoría sistemática de las redes de comunicación” (Castells, 2009, p. 28); con respecto al informacionalismo y la tecnología entendida como cultura material refiere el trabajo de Claude Fischer (1992). También incorpora la teoría de Thomas Kuhn (1962) sobre las revoluciones científicas y el análisis que hacen Christopher Freeman (1982) y Carlota Perez (1983) sobre la aplicación del concepto de paradigma a las formaciones sociales y económicas derivadas de la tecnología.

Sobre la capacidad que han demostrado tener las tecnologías de información y comunicación para reconfigurarse e innovar, retoma el análisis hecho por Steve Johnson (2001) en el que determina que las tecnologías de información y comunicación tienen esa capacidad debido a sus infinitas posibilidades de reconfiguración. Para el estudio de las

redes desde la perspectiva histórica, Castells retoma autores diversos como Dominique Colas (1992), Joel Mokyr (1990) y Bruce Mazlish (1993).

William Mitchel (2003) ha reconstruido, en un importante libro bien documentado. La evolución de la tecnología de la información y de la comunicación a lo largo de la historia como un proceso de expansión y crecimiento del cuerpo y la mente humanos; un proceso que, a comienzos del siglo XXI, se caracteriza por la proliferación de aparatos portátiles que proporcionan capacidad informática y de comunicación ubicua (Castells, 2009, p. 31).

McNeill y McNeill (2004) han demostrado el papel fundamental de la redes en la organización social durante toda la historia, así como S.J. Gould (1980) ha documentado cómo a lo largo de la historia los sistemas tecnológicos evolucionan incrementalmente en una pauta que no ha estado libre de discontinuidades (Castells, 1999a).

II.2.1.1. Evolución social y conceptualización de las redes.

En diferentes períodos a lo largo de la historia de la humanidad, se han configurado todo tipo de redes, tampoco es nuevo el papel central y la participación activa de las ciudades en los intercambio a través de redes globales. En las civilizaciones antiguas aparecen ya las primeras rutas de comercio y navegación, junto con otros factores como los primeros atisbos imperiales de control del territorio y los sistemas de tributo.

En las redes—cuya geometría era diferenciada—circulaban flujos de personas, mercancías, objetos, arte, y religión, tenían lugar los equilibrios y desequilibrios geopolíticos, también coexistían—en una arena social marcada por la dominación y el poder—la comunicación y la creación de sentido; “[...] las redes no son una forma específica de las sociedad del siglo XXI ni de la organización humana, sino que constituyen la estructura fundamental de la vida, de toda clase de vida” (Castells, 2009, p. 28).

Lo mismo en Asia, el norte de África o la América precolombina (en el mundo mesoamericano es notable la riqueza y diversidad de asentamientos humanos, rutas de intercambio y la articulación de territorios, infraestructuras y significados), sin embargo, estas redes operaban (en la mayoría de los casos) bajo una lógica vertical y unidireccional, como continuaría ocurriendo en la Edad Media, de manera particular con la colonización de

territorios, cuando las rutas transoceánicas se fortalecieron a partir de la extracción y traslado de materias primas de los territorios conquistados a las capitales de los imperios.

El caso de la *liga Hanseática* ilustra claramente esta capacidad de las ciudades para integrarse a redes y circuitos, amalgamándose con el funcionamiento de la economía y el comercio. Esta coalición de ciudades asentadas al norte de Alemania, en las inmediaciones del río Rin y el mar Báltico, activó entre los siglos XIII al XV un circuito para el intercambio comercial, fundamentalmente mediante acuerdos así como una bien consolidada y segura red de rutas marítimas.

Sin embargo, estas redes de comercio y conquista adolecían de una marcada demora en la transmisión de la información y la retroalimentación necesaria para completar el proceso de comunicación (Castells, 2009), la tecnología pre-electrónica limitaba la operación de estas redes cuya lógica era vertical, jerárquica y centralizada.

La revolución industrial trajo consigo la modernización de rutas y medios de transporte: trenes, tráfico marítimo (buques con dimensiones nunca antes vistas y destinados a múltiples usos), carreteras y autopistas, hasta las primeras rutas aéreas, formaron parte del entorno en que se aceleraba la urbanización de las llamadas economías ‘avanzadas’.

Se desarrolla una vasta infraestructura conectada en red de gran utilidad para los flujos de personas y mercancías, que se añadió a las primeras redes de telecomunicación (como el telégrafo y el teléfono) y los llamados medios de comunicación masiva-unidireccional, prefigurando el rol de la comunicación en el funcionamiento y operación de las redes.

La articulación de las relaciones sociales en la estructura denominada red, involucra control, poder, dirección y objetivos, por lo que al hacer un análisis empleando esta perspectiva, resulta necesario tomar en cuenta dichas correlaciones (Castells, 2009).

[...] la capacidad para ejercer control sobre otros depende de dos mecanismos básicos: la posibilidad de programar-reprogramar las redes según los objetivos que se les asigne y la habilidad para conectar diferentes redes para asegurar su cooperación compartiendo objetivos comunes e incrementando recursos [...] todas las redes tienen algo en común: son las ideas, las visiones y los proyectos los que generan los programas; y éstos son materiales culturales [...] En la sociedad red, la cultura está,

por lo general, inmersa en los procesos de comunicación [...] (Castells, 2009, p. 61).

Las redes como forma organizativa eficiente poseen tres rasgos hoy día reforzados por tecnologías de información y comunicación: flexibilidad, adaptabilidad y capacidad de supervivencia (Castells, 2012, p. 49), en la base de estos rasgos se encuentran los *nodos*.

Una red es un conjunto de nodos interconectados. Un nodo es el punto de intersección de una curva. Una red no posee ningún centro, sólo nodos. Los nodos pueden tener mayor o menor relevancia para el conjunto de la red: aumentan su importancia cuando absorben más información relevante y la procesan más eficientemente [...] para contribuir a los objetivos de la red (Castells, 2009, p. 27).

Los nodos pueden ser ciudades, países, organizaciones, empresas, centrales, subsidiarias o sucursales, y en otra escala, individuos o actores sociales, que participan de una red o de múltiples redes. Las ciudades como nodos, son evaluadas en función de aquellos rasgos o sus atributos que las hacen competitivas para la red.

[...] las redes procesan flujos. Los flujos son corrientes de información entre nodos que circulan por los canales que conectan los nodos. Una red está definida por el programa que asigna los objetivos y las reglas de funcionamiento de la propia red (Castells, 2012, p. 45).

En la sociedad red los nodos adquieren su estatus y juegan un rol siempre en función de la red, ningún nodo es único o indispensable para que esta funcione, pueden perder funcionalidad, ser suprimidos, sustituidos o reconfigurados, lo mismo que para la red existe siempre la posibilidad de sumar un nuevo nodo, “[...] existen y funcionan exclusivamente como componentes de las redes: la red es la unidad, no el nodo” (Castells, 2009, p. 27).

II.2.2. La sociedad red.

De acuerdo con Castells, los tres procesos que se encuentran en el origen de la sociedad red son: “[...] la crisis y reestructuración del industrialismo y sus dos modos de producción asociados, capitalismo y estatismo; los movimientos sociales y culturales de orientación liberadora de finales de los sesenta y comienzos de los setenta; y la revolución en las tecnologías de la información y la comunicación [...]” (2009, p. 41).

La *sociedad red* se diferencia de los estadios históricos anteriores por su paradigma

tecnológico el cual es *informacional* e implica que las interacciones para ser simultáneas no están condicionadas por la contigüidad, es decir, pueden ser simultáneas—en el tiempo—sin estar limitadas por la geografía—el espacio—, en este sentido, la comunicación también queda sujeta a una nueva forma de mediación (Castells, 2000).

Una sociedad red es aquella cuya estructura social está compuesta de redes activadas por tecnologías digitales de la comunicación y la información basadas en la microelectrónica. Entiendo por estructura social aquellos acuerdos organizativos humanos en relación con la producción, el consumo, la reproducción, la experiencia y el poder expresados mediante una comunicación significativa codificada por la cultura (Castells, 2012, pp. 50-51).

Como estructura organizativa social, síntesis y evolución de los modos de producción precedentes, además del paradigma tecnológico *informacional* la sociedad red ha generado una forma espacial: el *espacio de flujos*, ambos presentes en la transformación de la dos variables determinantes para la vida en sociedad: el tiempo y el espacio (Castells, 2009).

Las ciudades contemporáneas, los criterios implícitos en la evaluación de su competitividad y la prensa económica como parte del sistema global de medios especializados, se encuentran determinados por dicha estructura social, la cual corresponde con un momento histórico concreto.

El término sociedad red hace referencia a la estructura social resultante de la interacción entre organización social, cambio social y el paradigma tecnológico [...] la tecnología no puede considerarse independientemente de su contexto social. Pero también resaltamos la importancia de la tecnología como cultura material [...] (Castells, 2009, p. 21).

La cultura material incluye a la arquitectura e infraestructuras: aeropuertos, centros logísticos para negocios, cadenas comerciales, restaurantes, enclaves tecnológicos, clusters, parques temáticos, centrales de conectividad, nodos logísticos, emplazamientos de servidores, bases de datos o interfaces, oficinas, viviendas y otros elementos arquitectónicos y urbanísticos que se materializan en las ciudades (Castells & Hall, 2001).

Una parte de esta cultura material propia de la sociedad red es precisamente en la que se centran los rankings de ciudades, la necesidad de que una ciudad-nodo cuente con esta base

material se ha incorporado en la agenda de la gestión local para la competitividad urbana, representando uno de los objetivos en el diseño de políticas públicas en la materia.

La sociedad red y los procesos que se articulan en el espacio de flujos a través de las tecnologías de la información, se expresan tanto en la cultura material (arquitectura, infraestructuras, soportes), como en las interacciones (comunicación, información, periodismo especializado, flujos de información y contenidos digitales-virtuales) (Castells, 2000, 2001a, 2001b; Castells, Fernández-Ardèvol, Linchuan & Sey, 2007).

II.2.2.1. Elementos constitutivos de la sociedad red.

Los seis procesos o esferas presentes en el funcionamiento de las redes y las cuales prefiguran a la *sociedad red* son: **comunicación, competencia-cooperación, inclusión-exclusión, auto-reconfiguración, informacionalismo y globalización.**

De acuerdo con (Monge y Contractor, 2003, p. 39), una red independientemente de sus objetivos es, o deriva en, una **estructura de comunicación** y en determinados casos puede tratarse de redes de comunicación expofeso: “redes de comunicación son las pautas de contacto creadas por el flujo de mensajes entre distintos comunicadores en el tiempo y el espacio” (como son citados en Castells, 2009, p. 28); para lo cual es fundamental contar con protocolos de comunicación compartidos. Para Castells, “en la vida social las redes son estructuras comunicativas” (2012, p. 45) por lo que es posible concluir que la comunicación está en el centro del funcionamiento de la sociedad red. En síntesis, las redes:

“[...] son complejas estructuras de comunicación establecidas en torno a un conjunto de objetivos [...] que garantizan unidad de propósitos y flexibilidad en su ejecución gracias a su capacidad para adaptarse al entorno operativo” (Castells, 2012, p. 46).

La comunicación es un elemento transversal y estructurante de otros cinco procesos o esferas (en las que se ahondará más adelante), lo mismo que la dimensión del poder y la cultura, ya que de acuerdo con Geoff Mulgan, “las redes se crean no sólo para comunicarse, sino también para imponerse en la comunicación” (1991, p. 21) (como es citado en Castells, 2012, p. 52).

En el terreno de la comunicación, la sociedad red se caracteriza por una estructura en red, flexibilidad, la recombinación de códigos y una comunicación simbólica efímera

[...] El sistema mediático se caracteriza por la concentración global de empresas, la diversificación de la audiencia (incluyendo la diversificación cultural), la versatilidad tecnológica y la multiplicidad de canales, y la autonomía creciente de una audiencia equipada con Internet, que ha aprendido las reglas del juego: a saber, todo lo que constituye una experiencia mental colectiva es virtual, pero esa virtualidad es una dimensión fundamental de la realidad de todo el mundo (Castells, 2009, p. 58).

De acuerdo con Castells, en la sociedad red la cultura se constituye principalmente a través de los procesos de comunicación. Hipertexto electrónico, medios e Internet representan su núcleo, los conceptos se gestan en una amplia variedad de fuentes y se vinculan con intereses y subculturas particulares (Castells, 2009, p. 61).

Dentro de la sociedad red, determinados conceptos, ideas, percepciones o referentes simbólicos pueden llegar a cambiar los programas establecidos en la red, o bien, desplazar un programa preexistente e instaurar uno nuevo, por lo que:

El principal activo de la capacidad para programar cada red es el control de los aparatos de comunicación o la influencia ejercida sobre ellos, y la habilidad para crear un proceso de comunicación y persuasión efectivo siguiendo las líneas que favorecen los proyectos de los supuestos programadores [...] (Castells, 2009, p. 62).

La segunda característica-proceso inherente a la sociedad red es la **competencia-cooperación**. Se ha mencionado ya que la composición de las redes está basada en nodos y las ciudades—al igual que otras unidades, organizaciones y actores sociales—interactúan como nodos pertenecientes a redes, precisamente en la base de dicha interacción se encuentran la competencia y la cooperación.

[Las] redes globales de regiones metropolitanas son extremadamente versátiles, al igual que la economía global que procesan. Flujos de capital, producción e información entran y salen de los nodos, y su cuantía y su velocidad de circulación aumentan o disminuyen dependiendo del valor que son capaces de generar o de las pérdidas que pueden ahorrar (Castells, 2001a, p. 467).

La cooperación puede implicar procesos complementarios o paralelos al de la comunicación en aspectos tales como la conectividad, las infraestructuras, los marcos regulatorios y los instrumentos normativos que dan certidumbre a diferentes actividades

económicas y comerciales.

En lo que respecta a la competencia, se puede apuntar que precisamente los rankings son instrumentos de evaluación contruidos a partir de múltiples indicadores, que tienen como finalidad monitorizar y evaluar nodos en diferentes redes: universidades, circuitos financieros, redes comerciales o sectores de la industria, por mencionar solamente algunos.

La *competitividad urbana* está referida a la capacidad de las ciudades para competir y cooperar, es un proceso y al mismo tiempo, un campo de estudio que se deriva de las dinámicas económico-territoriales propias de la sociedad red la cuales, lejos de alentar la desconcentración han estimulado el crecimiento y densificación de ciudades y zonas metropolitanas, generando altas tasas de concentración espacial (Castells, 2001a, p. 463).

[...] la competitividad global y la competitividad interregional condicionan la suerte de las ciudades y las áreas metropolitanas, en la medida en que estén o no conectadas a las redes globales estratégicas y en función de su valoración o devaluación e dichas redes (Castells, 2001a, p. 467).

Las ciudades y las zonas metropolitanas se han constituido como economías de aglomeración *informacionales* donde “la productividad y la competitividad se basan de forma creciente en la generación de nuevos conocimientos y en el acceso al procesamiento de la información adecuada [...]” (Castells y Hall, 2001, p, 22).

La articulación de una suerte de ‘doble lógica’: competencia-cooperación, ha tenido implicaciones directas en el diseño de las políticas públicas locales, las cuales se ven influenciadas por la información y las evaluaciones provenientes del sistema de medios dominante en el espacio de flujos.

[...] en Europa, se han desarrollado redes de gobiernos locales que comparten información, idean estrategias negociadoras comunes y adoptan la cultura de la competencia y la cooperación simultáneas que se han convertido en el rasgo característico de las empresas privadas más exitosas de la economía interconectada (Castells, 2001a, p. 476).

Si bien la lógica de competencia-cooperación se encuentra en la base del funcionamiento de las redes—particularmente expresada en la interacción de los nodos que las integran—uno

de los aspectos preexistentes es otra dualidad: “las redes operan con una lógica binaria: **inclusión-exclusión**” (Castells, 2012, p. 46).

Lo que caracteriza a la lógica reticular inherente a la infraestructura basada en Internet es que tanto los lugares como las personas pueden ser conectados y desconectados. La geografía de las redes es una geografía de inclusión y exclusión, que depende del valor que los interesados socialmente dominantes otorguen a un lugar determinado (Castells, 2001b, p. 267).

En la lógica dual inclusión-exclusión propia de la sociedad red subyace la existencia de *redes dominantes* que aglutinan actores y organizaciones con *funciones dominantes*; el peso específico que adquieren las redes dominantes en el espacio de flujos, en la prefiguración de sistemas globales y la configuración del poder, la cultura, la economía, tiene implicaciones para la gestión de los espacios locales.

Como resultado de las relaciones que moldean las redes dominantes, el proceso inclusión-exclusión se materializa en ‘geometrías y geografías’ de espacios y territorios que participan en los intercambios globales de la sociedad red y aquellos que son excluidos; otro proceso característico de la dualidad inclusión-exclusión es la *fragmentación* que se advierte en el tejido social urbano.

[...] los programas que gobiernan cada red [buscan] las adiciones que le resulten valiosas [para] incorporarlas, a la vez que soslayan y excluyen aquellos territorios, actividades y personas que poseen poco o ningún valor para la realización de las tareas asignadas a la red (Castells, 2012, p. 52).

En el funcionamiento de la sociedad red no existe algo como la inclusión o la exclusión ‘homogénea, total y permanente’, es decir, que los nodos o territorios incluidos en los intercambios globales pueden tener en su interior áreas o actores sociales excluidos: tal es el caso de ciudades globales con segmentos sociales y territorios incluidos en los intercambios del espacio de flujos, con población y zonas de la ciudad marginadas o excluidas en dichos intercambios; o bien, nodos y territorios localizados en entornos mayoritariamente excluidos, que poseen infraestructuras, organizaciones o actores sociales incluidos —ya sea como interfaces u operarios— en las interacciones globales del espacio de flujos, creando valor para las redes dominantes.

Resulta pertinente apuntar que los procesos de fragmentación y exclusión a su vez han dado lugar a movimientos sociales de relevancia en la escala global, ya sea en favor de los *derechos*, la equidad y la inclusión, o bien, como contraposición a los efectos de las políticas o acciones impulsadas desde las redes dominantes; las ciudades han fungido también como nodos y escenario para estos movimientos sociales (Castells, 2012, p. 53).

Cuando se apuntaba que en la sociedad red es poco frecuente encontrar procesos de inclusión o la exclusión ‘homogénea, total y permanente’ (Castells, 2009, p. 51), es necesario referir que esto también se debe a la capacidad de reconfiguración o más específicamente, de **auto-reconfiguración** que posibilita la adaptación de la red a su entorno operativo así como flexibilidad en la ejecución de las tareas y operaciones.

Las redes son auto-reconfigurables, estructuras complejas de comunicación que aseguran, al mismo tiempo, unidad de propósitos y flexibilidad en su ejecución gracias a su capacidad de adaptarse al entorno operativo (Castells, 2009, p. 28).

Las redes evolucionan en función de su capacidad para “autoconfigurarse en una búsqueda interminable de disposiciones de red más eficientes” (Castells, 2012, p. 46), por lo que la fuerza de una red “radica en su flexibilidad, adaptabilidad y capacidad de autorreconfiguración” (Castells, 2012, p. 48); también se relaciona con la capacidad para expandirse y recombinarse—en términos de información y comunicación dentro del ámbito digital-hipertextual—hasta producir conocimiento específico (Castells, 2009, p. 34).

En síntesis, el carácter de auto y re-configuración que poseen las redes permite que las ciudades y en general las organizaciones estén sujetas a la programación y la reprogramación constante por parte de los poderes o actores dominantes en cada ámbito (Castells 2009, p. 61), lo anterior se observa en los entornos globales y los procesos de competencia-cooperación.

Si bien la red en su conjunto es un *sistema interactivo de geometría variable*, los nodos poseen también esta capacidad de reconfiguración lo cual las mantiene cohesionadas en torno a los propósitos de múltiples redes. La auto-reconfiguración se encuentra en la base del **informacionalismo**, entendido como el paradigma socio-tecnológico propio de la sociedad red.

El cambio tecnológico esencial que liberó todas las potencialidades de las redes fue la transformación de las tecnologías de la información y la comunicación, basada en la revolución de la microelectrónica que tuvo lugar en las décadas de los años cuarenta y los cincuenta [...] Creó las bases de un nuevo paradigma tecnológico que se consolidaría en los setenta, fundamentalmente en Estados Unidos, para difundirse después rápidamente por todo el mundo, dando paso a lo que he denominado, descriptivamente, la era de la información (Castells, 2009, p. 31).

La base tecnológica informacional posibilita que los sujetos y las organizaciones se interrelacionen superando los marcos de tiempo y espacio (rasgo histórico de la sociedad red), apoyadas en una estructura social e infraestructura global, a través de una *parrilla electrónica de información* (Mitchel, 2002) en la que se llevan a cabo los intercambios.

El informacionalismo es el paradigma tecnológico que constituye la base material de las sociedades de comienzos del siglo XXI [está] basado en el aumento de capacidad de procesamiento de la información y la comunicación humanas, hecho posible por la revolución de la microelectrónica, el software y la ingeniería genética. Las expresiones más directas de esta revolución son los ordenadores y la comunicación digital en su conjunto son componentes del mismo sistema integrado [...] Por tanto, en términos estrictos debería denominarse *informacionalismo-comunicacionalismo electrónico* (Castells, 2009, p. 34).

Previo a la formulación del concepto de *sociedad red* y la expresión espacial (digital y territorial) de la misma: el *espacio de flujos*, Manuel Castells advirtió la creciente importancia del paradigma informacional como base para una “*estructura social* globalmente interdependiente, con sus procesos de dominación y contra-dominación” (Castells, 2009, p. 73), cuya influencia abarca no sólo el plano de la economía, sino también el de la política y la cultura.

El *informacionalismo* forma parte de la evolución histórica sociotecnológica—junto con la imprenta, el telégrafo o la radio—, sin embargo a diferencia de los soportes impresos o el entorno analógico, Castells hace énfasis en que al informacionalismo (como paradigma base de la sociedad red, estructura operativa del espacio de flujos y núcleo del sistema) lo distinguen tres características fundamentales:

[...] su capacidad auto-expansiva de procesamiento y de comunicación en términos de volumen, complejidad y velocidad; su capacidad para recombinar basada en la digitalización y en la comunicación recurrente; su flexibilidad de distribución mediante redes interactivas y digitalizadas (Castells, 2009, p. 34).

El carácter informacional se relaciona tanto con un paradigma tecnológico como con una forma de producción y gestión económica (Castells & Hall, 2001, p.22), basada en “[...] centros direccionales capaces de coordinar, gestionar e innovar actividades de empresas estructuradas en redes de intercambio interurbano y, con frecuencia, transnacional” (Borja y Castells, 1999, p. 36). A lo largo de su formulación teórica, Manuel Castells advierte que el paradigma informacional también se expresa en una ‘nueva forma urbana’:

La era de la información está marcando el comienzo de una nueva forma urbana, la ciudad informacional [...] debido a la naturaleza de la nueva sociedad, basada en el conocimiento, organizada en torno a redes y compuesta en parte por flujos, la ciudad informacional no es una forma, sino un proceso, caracterizado por el dominio estructural del espacio de los flujos (Castells, 1999a, p. 476).

El carácter informacional de la sociedad red representa para los nodos, los sujetos y las organizaciones la posibilidad de actuar sobre la red para reconfigurarla en función de objetivos, necesidades y proyectos, aunque “la capacidad de reconfiguración de cada sujeto depende del modelo de poder presente en la configuración de la red” (Castells, 2009, p. 37).

La sexta categoría relacionada con la conceptualización de la sociedad red es la **globalización**, que en las dos últimas décadas del siglo XX se convirtió en el eje de múltiples reflexiones para las ciencias sociales y se reformuló a la luz de los cambios geopolíticos y económicos de la época (Escobar, 2007).

El análisis sobre la escala global del funcionamiento en red, rasgo distintivo de la sociedad red, es uno de los aspectos que ha sido abordado con mayor profundidad en la obra de Manuel Castells. Ciudades, espacio de flujos, competitividad urbana, gestión local, rankings y prensa económica se vinculan transversalmente por el carácter global de los procesos que les corresponden.

Los análisis centrados en la evolución de las ciudades—con procesos como la urbanización generalizada, la preminencia de la escala metropolitana y el concepto de la *ciudad global*—

formaron parte de la evidencia empírica relacionada el advenimiento de un nuevo estadio histórico de la economía de mercado, como apuntan Borja y Castells:

La ciudad global es una red de nodos urbanos de distinto nivel y con distintas funciones que se extiende por todo el planeta y que funciona como centro nervioso de la nueva economía, en un sistema interactivo de geometría variable al cual deben constantemente adaptarse de forma flexible empresas y ciudades. El sistema urbano global es una red, no una pirámide. Y la relación cambiante respecto a esa red determina, en buena medida, la suerte de ciudades y ciudadanos (1999, p. 43).

El concepto de *ciudad mundial* (Hall, 1966) y *ciudad global* (Sassen, 1994, 2001a, 2001b, 2005) se ha formulado como parte del análisis socio-territorial vinculado a la escala planetaria de las redes, circuitos o sistemas; las ciudades se asocian con el sentido de *aglomeración* y *densificación* de relaciones sociales territoriales y extra-territoriales.

El clásico estudio de Saskia Sassen sobre la ciudad global ha expuesto el dominio conjunto de Nueva York, Tokio y Londres en las finanzas internacionales y en la mayoría de los servicios de consultoría y empresariales del ámbito internacional. Juntos, estos tres centros cubren el espectro de las zonas horarias a efectos de la actividad financiera y funcionan en buena medida como una unidad en el mismo sistema de transacciones interminables. Pero hay otros centros importantes, e incluso más que ellos en algunos segmentos específicos del comercio, como, por ejemplo, Chicago y Singapur (Castells, 1999a, p. 456).

En la perspectiva de Manuel Castells, el fenómeno de la ciudad global no se agota en un inventario de núcleos urbanos (cuyo perfil y cualidades les posibilita una visibilidad global), tampoco se relaciona con un esquema o modelo jerárquico (una suerte de centros metropolitanos organizados a manera de ‘sistema solar’), sino que se define por la participación de ciudades—con diferentes escalas, tamaños y perfiles— en los actividades clave de la economía: “servicios avanzados, centros de producción y mercados de una red global” (1999a, p. 458). La participación de los nodos urbanos en la economía global se lleva a cabo de manera diferenciada, en función de las tareas distribuidas por las redes en las que se adscriben las ciudades.

La ciudad global no es un lugar, sino un proceso. Un proceso mediante el cual los

centros de producción y consumo de servicios avanzados y sus sociedades locales auxiliares se conectan en una red global en virtud de los flujos de información, mientras que a la vez restan importancia a las conexiones con sus entornos territoriales (Castells, 1999a, p. 463).

El fundamento bajo el que opera la sociedad red en la era de la información, es precisamente la organización de las actividades relevantes para la economía, la comunicación, el conocimiento y la gestión, en procesos que se llevan a cabo en tiempo real sin limitaciones geográfico-territoriales, es decir, en una escala planetaria. “La ciudad global no es una ciudad, es una nueva configuración espacial: el espacio de los flujos que caracterizan a la era de la información” (Castells, 2001a, p. 467).

La importancia estratégica de lo local como centro de gestión de lo global en el nuevo sistema tecno-económico puede apreciarse en tres ámbitos principales: el de la productividad y competitividad económicas, el de la integración socio-cultural y el de la representación y gestión políticas (Borja y Castells, 1999, p. 14).

El carácter global que poseen las redes determina la necesidad de monitorizar y evaluar a las ciudades en función de su capacidad para actuar como nodos competitivos en una escala global, y si bien esto no significa que todos los actores sociales que se desarrollan e interactúan en los espacios urbanos estén integrados en la dinámica global de las redes, si implica que todos los habitantes del planeta se ven influidos por las decisiones y las dinámicas presentes en las redes globales (Castells, 2004, p. 52).

La era global es la era de la administración local, aunque inserta en una red de interacciones con instituciones gubernamentales nacionales y supranacionales (Castells, 2001a, p. 475).

La dicotomía entre *lo local* y *lo global* se ha logrado colocar entre los intereses de investigación que se ubican en la intersección entre territorio, economía, espacio, cultura y sociedad, toda vez que la esfera local continúa siendo el principal referente de la experiencia humana (Castells, 2012, p. 51) al tiempo que mantiene su importancia estratégica para la competitividad (Borja y Castells, 1999).

La estructura social es global, pero en su mayor parte la experiencia humana es local, tanto en el sentido territorial como cultural. Las sociedades específicas, definidas por

los límites actuales de los estados-nación o por las fronteras culturales de su identidad histórica, están profundamente fragmentadas por la doble lógica de la inclusión o exclusión en las redes globales que estructuran la producción, el consumo, la comunicación y el poder (Castells, 2012, p. 52).

La construcción conceptual de la ciudad, o dicho de otra forma, del espacio urbano en la sociedad red contemporánea considerando el rasgo global que la distingue, deben tomarse en cuenta las fuerzas (centrípetas) que tiran en el sentido de la aglomeración—la densidad social, económica, cultural—, la conectividad y los flujos, la expansión en la ecología mediática-informativa y las consecuentes tensiones en torno a los recursos, el suelo urbano, el pacto social local y sus conflictos.

También considerar las fuerzas (centrífugas) que en otra dirección expanden el carácter global de las formaciones socio-territoriales, amplían con medios y canales las narrativas y sus posibilidades en la multiculturalidad, pero también fragmentan, tensionan y dividen el espectro local, en la lógica binaria inclusión-exclusión.

Corresponde ahora delimitar conceptualmente el espacio o ámbito en el que tienen lugar los procesos que se describen en la presente investigación, donde opera el sistema de avisos-monitorización relacionada con la competitividad de las ciudades, y las revistas especializadas difunden la información relativa a las comparaciones derivadas de la evaluación de las ciudades: el *espacio de flujos*.

II.2.3. El espacio de flujos.

Como ya se ha expuesto, el paradigma tecnológico informacional involucra la transformación del tiempo y el espacio. “Dos formas sociales emergentes de tiempo y espacio caracterizan la sociedad red y coexisten con formas anteriores. Son el espacio de flujos y el tiempo atemporal” (Castells, 2009, p. 65).

Por flujo entiendo las secuencias de intercambio e interacción determinadas, repetitivas y programables entre las posiciones físicamente inconexas que mantienen los actores sociales en las estructuras económicas, políticas y simbólicas de la sociedad (Castells, 1999a, p. 489).

La noción de tiempo atemporal implica que: los espacios físicos dispersos o no contiguos

se vinculen en tiempo real, los tiempos locales se subordinen a las dinámicas de los flujos globales de intercambio, una serie de tareas se automaticen y procesen abatiendo limitaciones preexistentes en la sociedad industrial y finalmente, la ‘conectividad permanente’ se difunda como condición operativa para la interacción y el acceso al ámbito virtual-digital entre ciudades, organizaciones y actores sociales.

[...] el espacio no es un reflejo de la sociedad, sino su expresión. En otras palabras, el espacio no es una fotocopia de la sociedad: es la sociedad misma [...] el espacio es un producto material en relación con otros productos materiales—incluida la gente—que participan en relaciones sociales determinadas [históricamente] y que asignan al espacio una forma, una función y un significado social (Castells, 1999a, p. 488).

En la década de los noventa Borja y Castells identificaban un ‘nuevo tipo de sociedad’ que denominaron inicialmente como la *sociedad de flujos*, “una sociedad en que la base material de todos los procesos está hecha de flujos, en la que el poder y la riqueza están organizados en redes globales por los que circulan flujos de información” (1999, p. 30).

El *espacio de flujos*—en la obra de Manuel Castells—es la forma o expresión espacial de la *sociedad red*, también representa el ámbito o esfera donde se llevan a cabo la mayoría de los fenómenos de comunicación significativa en las sociedades contemporáneas.

En la teoría social, el espacio no se puede concebir separado de las prácticas sociales [...] Como las prácticas están conectadas en red, el espacio también lo está. Puesto que las prácticas en red se basan en flujos de información procesados por tecnologías de la comunicación en diferentes lugares, el espacio de la sociedad red está constituido por la articulación de tres elementos: los lugares en que se localizan las actividades (y las personas que las ejecutan), las redes de comunicación material que vinculan estas actividades, y el contenido y la geometría de los flujos de información que desarrollan las actividades en términos de función y significado. Éste es el espacio de flujos (Castells, 2012, p. 63).

El *espacio de flujos* “redefine la distancia pero no suprime la geografía” (Castells, 2001b, p. 235), desde una perspectiva socio-tecnológica, la producción de un nuevo tipo o dimensión del espacio no implica la desaparición de las formas preexistentes, sino en todo caso una suerte de ‘*re-densificación*’ de las espacialidades gestadas históricamente por diferentes

formaciones sociales, presupone también la ampliación o ensanchamiento de los flujos en sus diferentes acepciones: informativos, culturales, simbólicos, políticos o económicos.

La mayor parte de las funciones dominantes en la sociedad red (los mercados financieros, las redes de producción transnacionales, las redes mediáticas, las formas de gobernanza global en red, los movimientos sociales globales) se organizan en torno al espacio de flujos (Castells, 2012, pp. 62-63).

Lejos de considerar al espacio de flujos como una metáfora puramente informática o digital, tal y como ha sido documentado en diferentes investigaciones (Sassen, 2001b; Beaverstock *et al* 1999; Castells y Hall, 2001), dicho espacio se compone también por elementos presentes en el ámbito físico-territorial de las ciudades.

[...] este espacio de flujos no carece de lugares. Está formado por nodos y redes, es decir, lugares conectados mediante redes electrónicas de comunicación a través de las cuales circulan e interactúan flujos de información que aseguran la simultaneidad de las prácticas procesadas en dicho espacio. Mientras que en el espacio de lugares, basado en la contigüidad de la práctica, el significado, la función y la ubicación están estrechamente interrelacionados, en el espacio de flujos los lugares adquieren su significado y su función por el papel nodal que desempeñan en las redes específicas a las que pertenecen (Castells, 2012, p. 63).

A continuación se enumerarán los componentes que definen operativa y funcionalmente el espacio de los flujos, de acuerdo con la propuesta teórica de Manuel Castells:

- Está hecho, primero que todo, por: infraestructura tecnológica de sistemas de información, telecomunicaciones y líneas de transporte. “La primera capa, el primer soporte material del espacio de los flujos, está formada por un circuito de impulsos electrónicos (microelectrónica, telecomunicaciones, procesamiento informático, sistemas de radiodifusión y transporte de alta velocidad, también basados en las tecnologías de la información)” (Castells, 1999a, p. 490).
- También está hecho de interacciones en red, aunque los objetivos y tareas de cada red determinan la lógica con la que operan los individuos y las organizaciones en el espacio de flujos. Sectores como los mercados financieros, la alta tecnología, la moda, el arte, los deportes o la religión constituyen redes con sistemas tecnológicos específicos y con diferentes perfiles territoriales, todos operan en el espacio de flujos o configuran un espacio

de flujos diferente, con una lógica específica, propia de cada red (Devriendt *et al*, 2011).

- En segundo lugar, el espacio de flujos está hecho de nodos, ejes, centros operativos, de información o conocimiento; los nodos y los centros operativos estructuran las conexiones y las actividades clave en uno o varios emplazamientos. Ejemplos de nodos son los sectores de Wall Street o Ginza, también lo son ciudades como Cali o Tijuana en mercados específicos, Berkeley, Stanford o el MIT en el área de las ciencias de la computación; los centros operativos son lugares de enlace, aeropuertos, puertos, estaciones de tren o autobús que organizan todo tipo de intercambios, los cuales están cada vez más interconectados y relacionados espacialmente.
- “La tercera capa importante del espacio de los flujos hace referencia a la organización espacial de las élites gestoras dominantes (más que clases) que ejercen las funciones de directrices en torno a las que ese espacio se articula” (Castells, 1999a, p. 492). El espacio de flujos también lo hacen los habitantes, es decir, los actores sociales que operan las redes, ya sea que se ubiquen en espacios residenciales adyacentes a los nodos (que propician la segregación social), en los espacios de consumo o en los corredores exclusivos aislados (salones VIP, oficinas virtuales, hoteles internacionales).
- “Propongo la hipótesis de que el espacio de los flujos está compuesto por microrredes personales que proyectan sus intereses en macrorredes funcionales por todo el conjunto global de interacciones del espacio de flujos [...] las principales decisiones estratégicas se toman en comidas de negocios celebradas en restaurantes exclusivos, o en fines de semana pasados en casas de campo jugando al golf, como en los buenos tiempos antiguos” (Castells, 1999a, p. 494).
- El espacio de flujos comprende espacios electrónicos tales como sitios web, espacios de interacción, de comunicación y sistemas de información unidireccionales o interactivos. Hay una actividad profesional creciente relacionada con los sitios en Internet, el diseño visual y la estructura de operación para su contenido ha llegado a ser un marco fundamental para la toma de decisiones, la información y la comunicación (Castells, 2000, pp. 18-25).
- “[...] Internet está estructurado en torno a una serie de conexiones entre unos pocos nodos principales en todo el mundo [...] la geografía económica de Internet es [...] la geografía de los proveedores de contenido [...] Internet es el medio tecnológico que permite que la concentración metropolitana y la conexión global en red tengan lugar simultáneamente. La economía organizada en red, cuya herramienta es Internet, está constituida por enormes áreas metropolitanas conectadas entre sí” (Castells, 2001b, pp. 236-254).

- De acuerdo con Wheeler et al (2000) y Graham (2004) las redes están definidas por el contenido de los flujos de comunicación, que también terminan definen el espacio de flujos y la base territorial de cada nodo (como se citan en Castells *et al*, 2007, p. 171).
- De acuerdo con Fortunati (2002, 2005), Katz (2004), Meyrowitz (2004a, b), la tecnología de comunicación móvil ha contribuido en la difusión del espacio de los flujos y el tiempo atemporal como estructuras de nuestra vida cotidiana, es decir, los dispositivos de comunicación móviles vinculan las prácticas sociales con múltiples lugares (como se citan en Castells, 2007, p. 171).
- Las redes de medios sociales jugaron un papel importante en la ‘revolución Egipcia’ (*primavera árabe* de 2011), la conexión entre los medios sociales de Internet, las redes sociales conformadas por la gente y los medios de comunicación más reconocidos globalmente, fue posible debido a la existencia de un territorio (físico) ocupado que ancló al nuevo espacio público en la interacción dinámica entre el ciberespacio y el espacio urbano; la revolución de Internet no niega el carácter territorial de las revoluciones en la historia, en lugar de ello, se extiende desde el espacio de los lugares hacia el espacio de los flujos (Castells, 2013, p. 60).
- “[...] el espacio de flujos no desaparece, ya que es la forma espacial de la sociedad red, pero su lógica puede transformarse. En lugar de encerrar el significado y la función en los programas de las redes, podría aportar apoyo material para la conexión global de la experiencia local, como las comunidades de Internet que surgen cuando se conectan en red las culturas locales”, en la sociedad red subyace una dinámica de conflicto, tensión y lucha e torno a la forma y los programas (objetivos y reglas de funcionamiento) de la estructura social, por tanto, “el espacio y el tiempo expresan las relaciones de poder en la sociedad red” (Castells, 2012, p. 65).
- “Mientras que el espacio de los lugares, basado en la contigüidad de la práctica, el significado, la función y la localidad están estrechamente interrelacionados, en el espacio de flujos, los lugares adquieren su significado y su función mediante el papel nodal que desempeñan en las redes específicas a las que pertenecen. Por ello, el espacio de flujos no es el mismo para las actividades financieras y para la ciencia, para las redes mediáticas o para las redes del poder político” (Castells, 2009, p. 66).
- “Los flujos definen las formas y los procesos espaciales [...] Las megaciudades articulan la economía global, conectan las redes informacionales y concentran el poder mundial [...] se conectan con el exterior con redes globales y segmentos de sus propios países, mientras

están desconectadas en su interior de las poblaciones locales que son funcionalmente innecesarias o perjudiciales socialmente desde el punto de vista dominante. Este rasgo distintivo de estar conectada globalmente y desconectada localmente, tanto física como socialmente, el que hace de las megaciudades una nueva forma urbana [...] Las megaciudades son constelaciones discontinuas de fragmentos espaciales, piezas funcionales y segmentos sociales” (Castells, 1999a, p. 483).

Aunque el espacio de flujos es la estructura espacial propia de la era de la información, no todo el espacio se organiza en torno al mismo, la mayoría de las personas construyen significado alrededor de los lugares, un lugar se define como la configuración regional cuya forma, función y significado se ‘auto-contiene’ en los límites de la contigüidad territorial.

La mayoría de las actividades dominantes han sido construidas alrededor del espacio de flujos, aunque la experiencia y la interacción social se continúan organizando en torno a los lugares; la preminencia del espacio de flujos se puede considerar en sí misma una forma de dominación, ya que escapa a cualquier control local mientras que el espacio de los lugares permanece fragmentado y experimenta las tensiones provenientes de las pautas globales.

Sin embargo, el espacio de flujos es susceptible de verse influido por algunas formas y dinámicas sociales presentes en el espacio de los lugares, es decir que aunque es una forma de dominación, en él se llegan a manifestar formas autónomas que expresan significados sociales diferentes o contrapuestos a los dominantes, se trata de espacios en plataformas digitales que propician la comunicación alternativa, horizontal y multidimensional, así como expresiones culturales de diferentes tipos y a través de diversos países.

Los esquemas enunciados anteriormente, constituyen ejemplos de movimientos sociales en red que promueven la solidaridad y la cooperación, con personas que conjugan sus recursos para vivir y sobrevivir. Otra dimensión es la posibilidad que ofrecen las plataformas digitales para ‘abrir’ las instituciones (ya sean de gestión local o de representación democrática) a los ciudadanos, en dinámicas relacionadas con la participación, el acceso a la información, la consulta y toma de decisiones.

De esta manera los lugares se están vinculando con los flujos de información, transformando la lógica del espacio de flujos, convirtiéndolo en un espacio plural y diversificado, generando una suerte de ‘interfaces’ al momento en que los factores

determinantes provenientes del espacio de flujos, requieren pasar por la democracia y la experiencia del espacio de los lugares (Castells, 2000).

Se puede analizar a la competitividad urbana como uno de los parámetros del espacio de flujos, las revistas especializadas desempeñan tareas como parte del sistema de medios globales, generando información y contenidos que circulan como parte de los flujos.

El diseño de políticas públicas locales en materia de competitividad urbana debe recuperar el sentido de los lugares e identificar el debate entre el concepto de ciudad contemporánea, presente en los rankings, y el papel social históricamente asignado a las ciudades.

Los gobiernos locales que traten de restaurar el control social del proceso de desarrollo, necesitan establecer sus propias redes de información, de toma de decisiones y de alianzas estratégicas, para poder emular la movilidad de las organizaciones que sustentan el poder [...] deben reconstruir un espacio alternativo de flujos basado en el espacio de los lugares [...] (Castells, 1995, pp. 488-489).

El espacio de flujos hace las veces de una ‘parrilla de información y datos’ en la que se colocan y sopesan los atributos e indicadores de las ciudades que, como nodos interactuantes (en la dualidad competencia-cooperación), son evaluados por las organizaciones periodísticas a partir de la prefiguración del concepto de *ciudad contemporánea competitiva* (McCann, 2004; Mercado, 2009; Sobrino, 2010).

La condición de simultaneidad sin contigüidad en el caso de la competitividad urbana medida por la prensa económica, se cumple en términos de la integración de indicadores y el conocimiento que estos permiten de entornos físico-territoriales que pueden ser ajenos o desconocidos para quienes consumen la información, de otra parte, para los funcionarios y actores sociales locales, el entorno de cooperación y/o competencia se deriva también de las interacciones con ciudades que pueden resultar ajenas a la formación social local.

Es posible dimensionar el papel de los rankings en relación con los elementos que articulan el espacio de la sociedad red: evalúan, caracterizan, clasifican y visibilizan los lugares (las ciudades) aportando información a las personas que realizan actividades—u operaciones económicas presenciales, virtuales o digitales—en ellas para la toma de decisiones; al tiempo que reflejan la ‘geometría de los flujos de información’ a la que hace referencia

Castells (1995), es decir, representan la posibilidad de contar con información agregada, a partir de la cual marcar el trazo o ruta de los flujos globales entre ciudades, identificando nodos relevantes para las diferentes redes urbanas globales.

Las ciudades son unidades con una base física-material, territorial, cultural, política, económica e informacional que las convierte en centro de operaciones para el espacio de flujos, y al mismo tiempo, en actores de los procesos que se generan en el mismo.

II.3. Rankings de Ciudades: Proceso de Diseño e Implementación de Políticas Públicas Locales y Relevancia de las Ciudades en el Espacio de Flujos

En el presente apartado corresponde articular los elementos derivados tanto de la revisión histórico-documental en torno a la prensa económica, como del análisis hecho al concepto de competitividad urbana en su acepción de línea de estudio-investigación y ámbito de implementación de políticas públicas locales.

En un tercer momento se ha integrado un panorama acerca de la sociedad red, como enfoque teórico general que sirve para comprender y enmarcar las correlaciones presentes en la investigación, mismas que fueron enunciadas en el planteamiento del problema. A continuación se plantearán las hipótesis de trabajo y se establecerán las categorías de análisis, de acuerdo con los objetivos y las preguntas de investigación.

La prensa económica y los rankings (en particular, de ciudades), se ubican en un vértice donde confluyen: la información especializada, un entorno que propicia la medición de la competitividad de las ciudades y la configuración de políticas públicas. De acuerdo con una de las conclusiones a las que arriba Wayne Parsons (1990) en su investigación acerca del poder del periodismo financiero y la opinión pública en materia de economía en el Reino Unido y América entre los siglos XIX y XX:

[...] a pesar de la llegada de los nuevos modos de comunicación y la tecnología informática la prensa financiera continúa de pie, en palabras de Palmer (1970), en una intersección crucial entre el mundo de las finanzas y el mundo del gobierno [...] en términos del tráfico de información y el flujo de las ideas sobre la economía (Parsons, 1990, p. 4).

Para complementar la anterior cita, podría apuntarse que el ranking de ciudades es uno

(entre otros más) de los contenidos y piezas periodísticas que se ubican en la *intersección* de la que habla John Palmer (1970) y que parafrasea Wyane Parsons (1990); en la presente investigación se sugiere que el *ámbito de intersección* es el diseño e implementación de políticas públicas locales en materia de competitividad urbana, por lo que el trabajo de campo buscaría identificar el papel asignado a los índices en dicho proceso. De igual forma, los rankings difundidos por organizaciones de la prensa económica permiten dimensionar la relevancia de las ciudades como nodos en el espacio de flujos propio de la sociedad red.

II.3.1. Hipótesis de trabajo y categorías de análisis.

Hipótesis de trabajo 1. Los rankings de ciudades difundidos por *The Economist Intelligence Unit* y *AméricaEconomía*, son considerados por los funcionarios públicos locales, como una parte de los indicadores que utilizan en el proceso de diseño e implementación de las políticas públicas en materia de competitividad urbana.

Integración de la categoría de análisis 1. Para el trabajo de campo se construirá la categoría operativa: **papel de los rankings de ciudades** difundidos por *The Economist Intelligence Unit* y *Américaeconomía*, en el **proceso de diseño e implementación de políticas públicas locales en materia de competitividad urbana**.

- ✓ Se utiliza el término '*papel*' en su acepción de rol o función (RAE), para englobar el uso o incorporación de los rankings por parte de los sujetos sociales (funcionarios públicos locales) vinculados con el proceso de la política pública.
- ✓ **Proceso de diseño e implementación de políticas públicas locales**, de acuerdo con Parson (2012), Aguilar (2013, 2014a y 2014b), Merino (2013):
 - Decisiones en torno a temas o problemas formulados, evaluados o percibidos como importantes socialmente, y visibles en el espacio-ámbito público deliberativo.
 - Problemas o temas que son elegidos para abordarse a través de una política pública.
 - Política pública, un proceso compuesto por etapas o faces: selección y definición de problemas públicos, diseño, implementación y evaluación de resultados.
 - Las etapas o faces no son forzosamente consecutivas o secuenciales, es decir: “[...] pueden superponerse y suponerse unas a las otras, condensarse alrededor de una de ellas, anticiparse o atrasarse, repetirse” (Aguilar, 2014b, p. 15).
 - La toma de decisiones es considerada a su vez como: “[...] un proceso en el que se elige o

selecciona determinada opción [...] la noción de decisión implica un punto o una serie de puntos en el tiempo y el espacio que marca el momento en el que los diseñadores de las políticas asignan valores” (Parsons, 2012, p. 273).

La asignación de valores se encuentra fuertemente apoyada en indicadores (datos, información, evaluaciones, diagnósticos, ejercicios de comparación, mediciones) y los rankings proporcionan a los funcionarios públicos parte de estos indicadores: hipótesis a confirmar o descartar con la información recolectada en campo.

Hipótesis de trabajo 2. La incorporación de las ciudades mexicanas: Ciudad de México, Monterrey (Nuevo León), Puebla (Puebla) y Querétaro (Querétaro), en los rankings de ciudades difundidos por *The Economist Intelligence Unit* y *AméricaEconomía*, corresponde con su relevancia en el espacio de los flujos.

Integración de la categoría de análisis 2. Para el trabajo de campo se construirá la categoría operativa: **relevancia en el espacio de los flujos** de las ciudades mexicanas: Ciudad de México, Monterrey (Nuevo León), Puebla (Puebla) y Querétaro (Querétaro), incorporadas en los rankings difundidos por *The Economist Intelligence Unit* y *Américaeconomía*.

- ✓ Con base Castells (2009), se asimila a las ciudades integradas como *nodos* en una red o redes (por ejemplo, red global de ciudades, red regional de ciudades, etc.). Una red es un conjunto de nodos interconectados. Un nodo es el punto de intersección de una curva. Una red no posee ningún centro, sólo nodos. **Los nodos pueden tener mayor o menor relevancia para el conjunto de la red: aumentan su importancia cuando absorben más información relevante y la procesan más eficientemente. La importancia relativa de un nodo no proviene de sus características especiales, sino de su capacidad para contribuir a los objetivos de la red** (Castells, 2009, p. 27).
- ✓ Las ciudades-nodos interactúan en las redes bajo diferentes pautas, en la sociedad red (bajo el paradigma informacional) el espacio de flujos articula las interacciones (de distinto tipo) en las redes.
- ✓ Un componente de dichas interacciones son los flujos, definidos por Castells como: [...] las secuencias de intercambio e interacción determinadas, repetitivas y programables entre las posiciones físicamente inconexas que mantienen los actores sociales en las estructuras económicas, políticas y simbólicas de la sociedad (Castells, 1999a, p. 489).

- ✓ En este sentido, el espacio de flujos se define de la siguiente forma:
 La mayor parte de las funciones dominantes en la sociedad red (los mercados financieros, las redes de producción transnacionales, las redes mediáticas, las formas de gobernanza global en red, los movimientos sociales globales) se organizan en torno al espacio de flujos. Está formado por nodos y redes, es decir, lugares conectados mediante redes electrónicas de comunicación a través de las cuales circulan e interactúan flujos de información que aseguran la simultaneidad de las prácticas procesadas en dicho espacio.
 Como las prácticas están conectadas en red, el espacio también lo está. Puesto que las prácticas en red se basan en flujos de información procesados por tecnologías de la comunicación en diferentes lugares, el espacio de la sociedad red está constituido por la articulación de tres elementos: los lugares en que se localizan las actividades (y las personas que las ejecutan), las redes de comunicación material que vinculan estas actividades, y el contenido y la geometría de los flujos de información que desarrollan las actividades en términos de función y significado. Éste es el espacio de flujos (Castells, 2012, pp. 62-63).
- ✓ El término ‘*relevancia*’—en su acepción de importancia o significación—de una ciudad (asimilada como nodo) en el espacio de flujos se establecerá **en relación con la cantidad, intensidad, frecuencia o densidad de dos tipos de flujos: tangibles o materiales** (infraestructuras, tecnología, soportes para el funcionamiento de la base tecnológica, arquitectura, transportes, personas y actividades), **e intangibles o digitales-virtuales** (información, contenidos, operaciones, interacciones, conocimiento, referentes simbólico-culturales) (Devriendt *et al*, 2011).
- ✓ A mayor o menor cantidad, intensidad, frecuencia o densidad de flujos (tangibles o intangibles), corresponderá una mayor o menor relevancia de las ciudades.

Hipótesis de trabajo 3. La difusión de índices y mediciones de competitividad urbana alternativos a los dominantes, es posible a partir de estrategias y acciones de información que atiendan a las dinámicas presentes tanto en el espacio de flujos como en la interacción entre ciudades asimiladas como nodos en la perspectiva de la sociedad red.

Integración de la categoría de análisis 3. Para la propuesta se construirá la categoría operativa: **estrategias y acciones de información que atiendan a las dinámicas presentes tanto en el espacio de flujos y como en la interacción entre ciudades asimiladas como nodos.**

- ✓ Se retomará la perspectiva de la gestión estratégica de la comunicación y la

información, para proponer un curso de acción orientado a impulsar índices de ciudades apoyados en variables y factores que promuevan el desarrollo y la prosperidad en los entornos urbanos, con un enfoque centrado en la equidad y la integración del tejido social y comunitario.

- ✓ Se considerará el potencial de las universidades, los centros y grupos de estudio e investigación, los organismos (nacionales e internacionales) y las organizaciones de la sociedad civil, para impulsar proyectos de rankings, índices y mediciones alternativos a aquellos preponderantes o con una mayor visibilidad mediática.

CAPÍTULO III. Diseño metodológico de la investigación

El diseño metodológico seguido para dar respuesta a las preguntas y los objetivos de la investigación se apoyó en una estrategia que posibilitara la recopilación y el análisis de dos tipos de información: por una parte la correspondiente al papel de los rankings de ciudades en el diseño e implementación de políticas públicas locales en materia de competitividad urbana, y por otra, la relativa a la capacidad de los rankings publicados por *The Economist* y *AméricaEconomía* para determinar a través de sus mediciones la relevancia de las ciudades como nodos en el espacio de los flujos.

Se identificó la necesidad de aplicar un *enfoque mixto* (de la Garza, 2012, p. 363; Hernández *et al*, 2010, p. 544), es decir, se optó por un diseño metodológico que permitiera recopilar en campo datos carácter cualitativo provenientes de actores sociales *expertos* vinculados directamente con el diseño de políticas públicas locales en materia de competitividad urbana, así como la realización de un ejercicio empírico comparativo a partir de la información cuantitativa contenida en una muestra representativa de rankings que aportara una primera aproximación a la pregunta sobre la asignación de la relevancia de las ciudades como nodos en el espacio de los flujos. De esta manera, la información de campo contribuiría con la *validación* o el *descarte* de las hipótesis de trabajo desarrolladas en el apartado II.3.1 considerando que:

- ✓ Debido a que en el momento en que se desarrolló la investigación no se encontró una propuesta teórica previa, el objeto de estudio *ranking de ciudades* se construyó para ser analizado desde la comunicación partir de tres líneas conceptuales y teóricas: prensa económica (capítulo I), competitividad urbana y sociedad red (capítulo II).
- ✓ Las operaciones de comprobación-descarte relativas al “papel, rol o capacidad” de los rankings de ciudades publicados por las revistas *The Economist* y *AméricaEconomía* se hicieron, una vez recopilada la información de campo, a partir de categorías de análisis integradas en función de las tres líneas teórico-conceptuales empleadas en la construcción del objeto de estudio (ver el apartado II.3.1).

Al contar con los ejes estructurales del trabajo, traducidos en objetivos y preguntas de investigación, relacionados con hipótesis y categorías operativas de análisis, la estrategia

metodológica en campo tenía como reto identificar los instrumentos pertinentes para la recopilación, y posterior sistematización y análisis de la información obtenida en campo.

Una de las reflexiones previas al diseño e implementación de los instrumentos para la recopilación de la información de campo, fue la preeminencia del enfoque cuantitativo en el ámbito de los rankings y la importancia que recientemente se le ha conferido al enfoque cualitativo al momento de analizar la información y ponderar los indicadores, sobre todo cuando se aborda la correlación entre los rankings y las percepciones sociales que generan (Cabrero, 2013; McCann, 2004; Mercado, 2009).

III.1. Criterios Metodológicos Utilizados en la Investigación

En el ámbito de las ciencias sociales, el diseño metodológico es determinante para la investigación, toda vez que involucra una serie de decisiones que repercuten de forma directa en la perspectiva que aporta un trabajo sobre el problema de investigación y el objeto de estudio seleccionados.

La investigación relativa al papel de las mediciones en la configuración de las políticas públicas locales y la visibilidad de las ciudades en el espacio de los flujos, implicó una serie de decisiones sobre todo destinadas a acotar, delimitar y enfocar, ya que la perspectiva misma del ranking como un tipo de información-contenido en relación con diferentes campos y dinámicas sociales es potencialmente generadora de vertientes y abordajes.

En el presente apartado se hacen explícitos los criterios metodológicos utilizados en la investigación, tales como: enfoque, muestra, método y análisis de los datos. De igual forma se exponen tanto las preguntas incluidas en las entrevistas semiestructuradas con expertos, como los pasos que se siguieron en el ejercicio empírico comparativo.

En el diseño y aplicación de los instrumentos de investigación en campo, se tomaron en cuenta **dos enfoques** considerados como pertinentes en función de los objetivos, preguntas de investigación, hipótesis y categorías operativas establecidos: el primero de índole cualitativo y el segundo de tipo comparativo. Con la fundamentación metodológica que a continuación se expone, se complementa el planteamiento histórico-documental y conceptual empleado en la delimitación del objeto de estudio.

III.1.1. Enfoque cualitativo aplicado al primer conjunto de objetivo, hipótesis y categoría de análisis

Objetivo 1: identificar el papel asignado a los rankings difundidos por *The Economist Intelligence Unit* y *AméricaEconomía*, en el diseño e implementación de políticas públicas en materia de competitividad urbana, por parte de los funcionarios públicos locales vinculados con esta materia, en las siguientes ciudades mexicanas: Ciudad de México, Monterrey (Nuevo León), Puebla (Puebla) y Querétaro (Querétaro).

Hipótesis de trabajo 1 Los rankings de ciudades difundidos por <i>The Economist Intelligence Unit</i> y <i>AméricaEconomía</i> , son considerados por los funcionarios públicos locales, como una parte de los indicadores que utilizan en el proceso de diseño e implementación de las políticas públicas en materia de competitividad urbana.	Categoría operativa de análisis 1 Papel de los rankings de ciudades difundidos por <i>The Economist Intelligence Unit</i> y <i>Américaeconomía</i> , en el proceso de diseño e implementación de políticas públicas locales en materia de competitividad urbana.
---	--

El primer objetivo de investigación coloca las preguntas en un ámbito concreto: el del diseño e implementación de políticas públicas en materia de competitividad urbana a nivel local. Como quedó establecido en el apartado conceptual dedicado a este respecto (II.1.6.), las políticas públicas refieren a un curso de acción en el que está involucrada la toma de decisiones (Aguilar, 2014b), por lo que el ranking una vez que es valorado por actores sociales concretos calificados como expertos, forma parte de los insumos de información para la toma de decisiones, es decir, adquiere un papel.

El gobierno decide actuar sólo sobre lo que previamente ha llamado y fijado su atención. A su vez, las ideas y valoraciones que se tienen de la composición y causas del problema son determinantes para decidir prestarles atención y para decidir la acción o la inacción: para decidir, primero, si el asunto en atención debe ser agenda de gobierno y para decidir después si puede ser tratado con alguna de las opciones de acción a la mano del gobierno [...] (Aguilar, 2014b, pp. 29-30).

De esta manera, es posible establecer que el papel del ranking en el contexto del diseño e implementación de las políticas públicas es determinado desde la subjetividad, a partir de una serie de valoraciones y percepciones provenientes de expertos que tienen a su cargo la toma de decisiones tanto para la integración de la agenda de gobierno como para el establecimiento del curso de acción (Aguilar, 2014b).

La información en campo al estar referida a las valoraciones y percepciones de actores sociales, se ubica en los testimonios, experiencias, analogías, argumentos y descripciones (Hernández, Fernández & Baptista, 2010) relativas al papel de los rankings publicados por las revistas *AméricaEconomía* y *The Economist*, en la toma de decisiones enmarcada en las políticas públicas locales en materia de competitividad urbana. A continuación se presentan una serie de consideraciones sobre el enfoque cualitativo, la muestra, el método y el análisis de los datos y su pertinencia para abordar el primer conjunto de objetivo, hipótesis y categoría operativa de la presente investigación.

III.1.1.1. ¿Por qué se aplicó el enfoque cualitativo?

De acuerdo con Flick, “la investigación cualitativa se orienta a analizar casos concretos en su particularidad temporal y local, y a partir de las expresiones y actividades de las personas en sus contextos locales” (2007, p. 27), por su parte Álvarez-Gayou explica que este enfoque “busca la subjetividad, y explicar y comprender las interacciones y los significados subjetivos individuales o grupales” (2010, p. 41).

Una indagatoria acerca de las valoraciones y percepciones de expertos tanto en políticas públicas locales, como en el ámbito de la conceptualización y edición de un ranking de ciudades para publicarse en una revista circunscrita a la prensa económica, tiene que ver directamente con la subjetividad a la que aluden Flick y Álvarez-Gayou.

[...] la particular solidez de la investigación cualitativa yace en el conocimiento que proporciona acerca de la dinámica de los procesos sociales, del cambio y del contexto social y en su habilidad para contestar, en esos dominios, a las preguntas ¿Cómo? y ¿Por qué? [...] la investigación cualitativa analiza el conocimiento de los actores sociales y sus prácticas y tiene en cuenta que, en el terreno, los puntos de vista y las prácticas son distintos debido a las diferentes perspectivas subjetivas y a los disímiles conocimientos sociales vinculados con ellas [...] (Vasilachis, 2006, pp. 25-27).

De esta forma, el enfoque cualitativo posibilita una aproximación a las pautas y prácticas—referidas en testimonios por los expertos—de incorporación de los rankings como insumo de información en el ámbito del diseño e implementación de políticas públicas en materia

de competitividad urbana a nivel local; los testimonios representan datos no estandarizados a los que se llega a través de la formulación de preguntas abiertas.

[...] el investigador cualitativo utiliza técnicas para recolectar datos, como la observación no estructurada, entrevistas abiertas, revisión de documentos, discusión en grupo, evaluación de experiencias personales, registro de historias de vida, e interacción e introspección con grupos o comunidades [...] El enfoque cualitativo puede concebirse como un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo “visible”, lo transforman y convierten en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos [...] (Hernández, Fernández & Baptista, 2010, p. 9).

Hernández *et.al* señalan que las metas de la investigación cualitativa son “describir, comprender e interpretar los fenómenos, a través de las percepciones y significados producidos por las experiencias de los participantes”, sobre la muestra apunta que: “se involucra a unos cuantos sujetos porque no se pretende necesariamente generalizar los resultados de estudio” obteniendo una composición de la muestra a partir de casos individuales “representativos no desde el punto de vista estadístico” (2010, pp. 11-13).

III.1.1.2. Acerca de la muestra: rankings, ciudades y actores sociales

Tal y como se refiere en el texto de introducción, el desarrollo del primer eje estructural de la investigación referido a identificar el papel de los rankings en el diseño de las políticas públicas locales en materia de competitividad urbana, parte de las siguientes preguntas:

- ✓ ¿qué *rankings* aportan un parámetro para identificar el papel o la incidencia de este tipo de ejercicios en las políticas públicas locales?
- ✓ ¿con respecto a qué *ciudades* es factible recopilar información de campo para llevar a cabo el análisis propuesto?
- ✓ partiendo de un enfoque metodológico cualitativo, ¿qué *actores sociales*, por pertinencia y viabilidad, pueden aportar testimonios en relación al papel o incidencia de los rankings de ciudades en el diseño de política pública local en materia de competitividad urbana?

Rankings. La muestra se compone de tres índices de ciudades representativos publicados en 2015, en este caso, todos ellos elaborados y difundidos por organizaciones periodísticas especializadas en economía, finanzas y negocios:

- *Mejores ciudades para hacer negocios en América Latina 2015* (52 ciudades enlistadas), *Américaeconomía* (Sotomayor, 2015)
- *Liveability ranking 2015* (ranking de habitabilidad o calidad de vida) (140 ciudades enlistadas), *The Economist Intelligence Unit* (The Economist, 2015)
- *Worldwide Cost of Living 2015* (costos de vida alrededor del mundo) (140 ciudades enlistadas), *The Economist Intelligence Unit* (2015)

De acuerdo con la investigación documental y el análisis de mediciones (ver Cuadro 1) realizados como parte del planteamiento del problema, en los últimos años la producción y difusión de rankings de ciudades se ha ampliado y diversificado, actualmente diferentes tipos de organizaciones generan y publican índices en los que se evalúan múltiples atributos a partir de los cuales se puede establecer la capacidad o el potencial competitivo de una ciudad, por lo que se determinó trabajar con estos tres listados a partir de los siguientes criterios metodológicos:

- Los elaboran y difunden organizaciones periodísticas y editoriales especializadas en economía, finanzas y negocios.
- En el caso de *The Economist Intelligence Unit* se trata de dos mediciones globales, en particular el *Worldwide Cost of Living Report* que se publica desde 1985, destaca entre los rankings de ciudades elaborados y difundidos por organizaciones periodísticas el por ser el de mayor antigüedad.
- En el caso de *Américaeconomía* se trata del único un ejercicio regional elaborado por una organización periodística, mismo que se publica desde el año 2000.
- Los tres rankings hasta el año 2015 se han publicado con una periodicidad anual.
- Cuentan con una amplia visibilidad y replicabilidad mediática, tanto a nivel local como regional y global; en el caso de *Américaeconomía* es presentado bajo criterios periodísticos de noticiabilidad.
- Se difunden a través de diferentes soportes y plataformas, con una marcada presencia en plataformas digitales.

- Incorporan componentes e indicadores promedio o representativos con los que buscan determinar qué es una ciudad contemporánea competitiva.
- Incorporan ciudades mexicanas, en el caso de *The Economist Intelligence Unit* una (Ciudad de México) y en el de *Américaeconomía* ocho (Ciudad de México, Monterrey, Guadalajara, Querétaro, Puebla, León, Tijuana y Ciudad Juárez).

Ciudades. Para el estudio de casos se consideraron cuatro ciudades mexicanas: Ciudad de México, Monterrey (capital del Estado de Nuevo León), Puebla de Zaragoza (capital del Estado de Puebla) y Santiago de Querétaro (capital del Estado de Querétaro). Se determinó tomar en cuenta estas cuatro ciudades debido a que:

- Considerar ciudades mexicanas contribuiría en la viabilidad del estudio, en virtud de la proximidad geográfica, la accesibilidad y los recursos disponibles para la realización del trabajo de campo.
- Las cuatro se encuentran listadas en los rankings de *The Economist Intelligence Unit* (Ciudad de México) y en el de *Américaeconomía* (Ciudad de México, Monterrey, Puebla y Querétaro).
- Cuentan con instancias dentro de la estructura administrativa local, encargadas del diseño e implementación de políticas públicas para la competitividad urbana.
- Son un referente dentro del sistema urbano nacional en virtud de las tasas de crecimiento y desarrollo que han alcanzado en los años recientes.

Con respecto a este último criterio, se tomó en cuenta el documento *Estado de las Ciudades de México 2011* (ONU-HABITAT & SEDESOL), que identifica la posición que ocupan, de acuerdo con su competitividad, 15 ciudades en cuatro mediciones a nivel nacional, sobresale el hecho de que las ciudades de Monterrey y México aparecen con frecuencia en la primera o segunda posición, mientras que Querétaro aparece en las posiciones 9 a 14.

En lo que respecta a Puebla, si bien no aparece entre las 15 principales ciudades identificadas en el documento de ONU-Habitat y Sedesol, es referida en la posición 305 de 500 urbes analizadas por Pengfei, Kresl y Liu (2013, p. 256) del GUCP. En este sentido, con los cuatro casos seleccionados se busca tener una representatividad basada en la jerarquía de las ciudades a nivel nacional: dos de alto rango consolidadas (Ciudad de México y Monterrey), una de medio rango también consolidada (Querétaro) y otra con un papel ascendente (Puebla) como lo registran los rankings del GUCP y *AméricaEconomía*.

Cuadro 5. Lugar que ocupan la Ciudad de México, Monterrey, Puebla y Querétaro en cuatro estudios de competitividad urbana a nivel nacional*.

México: jerarquía de la competitividad de las principales 15 ciudades, según cuatro estudios realizados

	Sobrino 2010	Cabrero et al. 2009	I.M.C.O. 2010	Aregional 2010
1	Monterrey	Monterrey	Monterrey	Ciudad de México
2	Chihuahua	Chihuahua	Aguascalientes	Monterrey
3	Ciudad de México	Ciudad de México	Chihuahua	Cancún
4	Saltillo	San Luis Potosí	Colima	Tijuana
5	Ciudad del Carmen	Ciudad Juárez	Guanajuato	Chihuahua
6	Aguascalientes	Tijuana	Hermosillo	Guadalajara
7	Tijuana	Aguascalientes	Los Cabos	Hermosillo
8	Cancún	Hermosillo	Manzanillo	Mexicali
9	Torreón	Saltillo	Mazatlán	Querétaro
10	León	Toluca	Mexicali	Guanajuato
11	Querétaro	Guadalajara	Monclova-Frontera	Playa del Carmen
12	Mexicali	Querétaro	Nogales	Reynosa
13	Ciudad Juárez	Durango	Piedras Negras	La Paz
14	Hermosillo	Mexicali	Querétaro	Nogales
15	Guadalajara	Reynosa	Reynosa	Saltillo

Fuente: Aregional 2010; Cabrero, 2009; Instituto Mexicano para la Competitividad, 2010; Sobrino, 2010.

*Tomado de ONU-HABITAT & SEDESOL (2011, p. 37).

En síntesis, las ciudades mexicanas elegidas como muestra obedecieron a la viabilidad-accesibilidad geográfica con relación al centro de la República Mexicana y al hecho de que se trata de centros urbanos incluidos diferentes rankings, como el de la revista *AméricaEconomía* donde las cuatro ciudades han sido listadas de manera consistente en las ediciones de los últimos tres años.

Actores sociales o fuentes testimoniales. A partir de la selección de ciudades, se determinó conformar *muestra de expertos* (Hernández *et.al.*, 2010, p. 397) para recabar los datos testimoniales, ya que la primera pregunta de investigación se encuentra directamente relacionada con el diseño e implementación de políticas públicas en materia de competitividad urbana a nivel local:

¿Qué papel le es asignado a los rankings difundidos por *The Economist Intelligence Unit* y *AméricaEconomía*, en el proceso de diseño e implementación de políticas públicas en materia de competitividad urbana, por parte de los funcionarios públicos

locales vinculados con la materia, en las siguientes ciudades mexicanas: Ciudad de México, Monterrey (Nuevo León), Puebla (Puebla) y Querétaro (Querétaro)?

Se determinó que la *muestra de expertos* estuviera compuesta por cinco funcionarios públicos locales responsables del diseño implementación de políticas públicas en materia de competitividad de las ciudades seleccionadas como casos: Ciudad de México, Monterrey, Puebla y Querétaro; un exfuncionario local de la ciudad de Morelia; y el encargado de conceptualizar, elaborar y publicar la primera edición del ranking *Las mejores ciudades para hacer negocios en América Latina* de la revista *Américaeconomía*.

- **Mtro. Luis Felipe Abarca Zárate**, socio director en *Digital Town (D-Town)*. Director (de 2000 a 2005) de la Unidad de Inteligencia y de Investigaciones Panregionales en *AméricaEconomía Intelligence*. Responsable del proyecto y elaboración de la primera edición del ranking *Las Mejores Ciudades para Hacer Negocios en América Latina*; coordinó proyectos de investigación y rankings sobre bancos, marcas y escuelas de negocios, entre otros. Fecha de la entrevista: 24 de agosto de 2015.
- **Dr. Ramón Abonce Meza**, Secretario de Desarrollo Sustentable, Municipio de Querétaro, Querétaro. Fecha de la entrevista: 1 de septiembre de 2014.
- **Ing. Rubén Ahumada Alvarado**, especialista en temas municipales y gestión de centros históricos, ex, secretario de Obras Públicas del Ayuntamiento de Morelia, Michoacán. Fecha de la entrevista: 14 de agosto de 2014.
- **Dr. Arturo Cavazos Leal**, Secretario de Desarrollo Económico, Municipio de Monterrey, Nuevo León. Fecha de la entrevista: 3 de septiembre de 2014.
- **Mtro. Michel Chaín Carrillo**, Secretario de Desarrollo Económico y Turismo, Ayuntamiento de Puebla, Puebla. Fecha de entrevista: 26 de agosto de 2014.
- **Mtro. Isaí Ludim Hernández Cruz**, Director Ejecutivo de Planeación Económica, Secretaría de Desarrollo Económico, Ciudad de México. Fecha de la entrevista: 4 de septiembre de 2014.
- **Mtro. Mauricio Aarón Reyna Guerrero**, Director General del Instituto de Promoción Turística, Ciudad de México. Fecha de la entrevista: 10 de septiembre de 2014.

Es importante hacer la siguiente puntualización: los actores sociales vinculados con el proceso de las políticas públicas en materia de competitividad urbana local incluyen

presidentes municipales, alcaldes, cabildos, funcionarios públicos (en las secretarías locales), industriales, empresarios, inversionistas, cámaras y asociaciones de distintos sectores de la economía; a nivel estatal además del poder ejecutivo interviene el poder legislativo, situación que es similar en el ámbito federal, incluyendo desde luego a organizaciones de la sociedad civil y representaciones de los sectores productivos.

En la presente investigación se determinó conformar la muestra de expertos principalmente con los titulares de los organismos de gobierno local (secretarías e instancias públicas), en virtud de su relación directa con el diseño e implementación de las políticas públicas, su perfil como expertos en el ámbito de la competitividad urbana, el conocimiento de las demandas y percepciones de otros actores sociales en torno a la economía local y la interlocución que tienen con los distintos niveles y órdenes de gobierno.

La incorporación de testimonios de otros actores sociales podría considerarse para una segunda fase de la investigación en la que se buscara, más que la representatividad, una *saturación de categorías* (Hernández *et. al.*, 2010, p. 459).

La muestra de expertos se consolidó y enriqueció con la incorporación de un exfuncionario de la ciudad de Morelia, Michoacán, y del responsable de la primera edición del ranking de ciudades de la revista *AméricaEconomía*, quienes al no ser funcionarios en activo relacionados directamente con las políticas públicas, permiten acceder a datos desde una perspectiva diferente pero sobre el mismo objeto de estudio.

Se contactó a cinco funcionarios y un exfuncionario con expertis en las áreas de fomento económico, turismo y desarrollo urbano para homologar los contextos testimoniales y de experiencia; en este sentido, el único entrevistado con un perfil diferente es el del responsable del primer ranking de ciudades de la revista *AméricaEconomía*.

Los testimonios de Luis Felipe Abarca permiten entender la conceptualización de un ranking de ciudades regional desde la visión de la prensa económica, así como las dinámicas que suscitó el listado en el ámbito de las políticas públicas y que fueron observadas por él como coordinador de la primera edición del ranking de ciudades de la revista *AméricaEconomía*.

La muestra de expertos en la presente investigación se realizó acorde con los preceptos fundamentales del enfoque cualitativo. De acuerdo con Álvarez-Gayou “en la investigación cualitativa no interesa la representatividad; una investigación puede ser valiosa si se realiza

en un solo caso (estudio de caso), en una familia o en un grupo cualquiera de pocas personas. Si en la investigación cualitativa buscamos conocer la subjetividad, resulta imposible siquiera pensar que ésta pudiera generalizarse” (2010, p. 33).

La investigación cualitativa permite comprender, hacer al caso individual significativo en el contexto de la teoría, reconocer similares características en otros casos. Provee nuevas perspectivas sobre lo que conocemos y nos dice más de lo que las personas piensan, nos dice qué significa e implica ese pensamiento [...] La investigación cualitativa privilegia la profundidad sobre la extensión e intenta captar los sutiles matices de las experiencias vitales (Vasilachis, 2006, p. 27).

Con respecto a la *muestra de expertos* Hernández *et al* señalan que “en ciertos estudios es necesaria la opinión de expertos en un tema. Estas muestras son frecuentes en estudios cualitativos y exploratorios para generar hipótesis más precisas o la materia prima del diseño de cuestionarios” (2010, p. 397).

Flick enumera algunos de los criterios generales para considerar que se cuenta con un ‘buen informante’, los cuales son de ayuda para seleccionar casos significativos, específicamente entrevistados.

Los buenos informantes deben tener a su disposición el conocimiento y la experiencia necesarios de la cuestión u objeto para responder a las preguntas en la entrevista o—en los estudios de observación—para realizar las acciones de interés. Han de tener también la capacidad para reflexionar y articular, en caso de que hubiera tiempo para preguntarlos (u observarlos), y deben estar dispuestos a participar en el estudio. Si todas estas condiciones se cumplen, es muy probable que este caso se integre en el estudio. Morse caracteriza la integración de estos casos como *selección primaria*, que ella contrasta con la *selección secundaria*. Esta última se refiere a los casos que no cumplen todos los criterios mencionados antes (particularmente, de conocimiento y experiencia), pero están dispuestos a conceder su tiempo para una entrevista (Flick, 2007, p. 83).

Es posible ahondar sobre las estrategias de muestreo en la investigación cualitativa considerando las tipologías más recurrentes: determinación a priori, recogida completa, muestreo teórico, muestreo de casos extremos, muestreo de casos típicos, muestreo de la variación máxima, muestreo de intensidad, muestreo de casos críticos, muestreo de casos

sensibles, muestreo de conveniencia, selección primaria y selección secundaria. La estrategia seguida en la presente investigación se guía por los preceptos del *muestreo de expertos* y la *selección primaria*.

Lo decisivo para escoger una de las estrategias de muestreo que acaban de citarse, y para el éxito al reunir la muestra como un todo, consiste en considerar si es rica en información pertinente. Las decisiones de muestreo fluctúan siempre entre los propósitos de cubrir un campo lo más amplio posible y de hacer análisis que sean lo más profundos que se pueda. La primera estrategia trata de representar el campo en su diversidad utilizando el mayor número de casos diferentes para poder presentar datos sobre la distribución de las maneras de ver o experimentar ciertas cosas. La última estrategia, por otra parte, busca penetrar más el campo y su estructura concentrándose en ejemplos individuales o ciertos sectores del campo. Considerando la limitación de los recursos (mano de obra, dinero, tiempo, etc.), estos propósitos se deberían ver como alternativas, antes que como proyectos para combinar (Flick, 2007, p. 84).

En la secuencia o etapas de la investigación, la recopilación y procesamiento de la información documental, conceptual y teórica antecedieron al trabajo en campo, lo cual permitió identificar a los distintos actores sociales vinculados con el proceso de las políticas públicas (alcaldes o Jefe de Gobierno, cabildos, regidores, funcionarios del gobierno federal y estatal, representantes gremiales, cámaras empresariales, sindicatos, académicos, consultores, especialistas) y delinear el perfil de los entrevistados.

Finalmente, se consideró pertinente solicitar los testimonios a secretarios del área económica, turística y de desarrollo urbano de las ciudades por ser las instancias clave tanto en el diagnóstico, como en la implementación y evaluación de las acciones en materia de competitividad urbana, además de ser los funcionarios a cargo de la interlocución con las empresas, los organismos del sector privado y con los diferentes niveles de gobierno, incluyendo organismos internacionales, universidades, centros de estudios y asociaciones.

III.1.1.3. Acerca del método: entrevistas semiestructuradas a expertos

El método para aplicar en campo fue la *entrevista semiestructurada a expertos* (Álvarez-Gayou, 2010, p. 109; Behar, 2008, p. 55; Denzin & Lincoln, 2015; Dexter, 2012; Flick, 2007, p. 104, 2014; Hernández *et al*, 2010, p. 418; Kvale, 1996, 2011; Monje, 2011, p. 149;

Taylor & Bogdan, 1987, p. 100; Valles, 1999, p. 177, 2002; Wengraf, 2012), considerando que la investigación cualitativa “es pragmática, interpretativa y está asentada en la experiencia de las personas” (Vasilachis, 2006, p. 26).

El investigador hace preguntas más abiertas, recaba datos expresados a través del lenguaje escrito, verbal y no verbal, así como visual, los cuales describe, analiza y convierte en temas que vincula, y reconoce sus tendencias personales [...] la preocupación directa del investigador se concentra en las vivencias de los participantes tal como fueron (o son) sentidas y experimentadas (Hernández *et al*, 2010, p. 8).

Se trata de un método ampliamente asentado en la tradición cualitativa, toda vez que “las entrevistas, como herramientas para recolectar datos cualitativos, se emplean cuando el problema de estudio no se puede observar o es muy difícil hacerlo por ética o complejidad” (Hernández *et al*, 2010, p. 418), en la presente investigación las valoraciones de los rankings de ciudades como insumo de información durante el diseño y la implementación de políticas públicas locales en materia de competitividad urbana, es una dinámica compleja para observarse en campo, de ahí que se recurra a los testimonios de actores sociales expertos en la materia.

Una entrevista es una conversación que tiene una estructura y un propósito. En la investigación cualitativa, la entrevista busca entender el mundo desde la perspectiva del entrevistado, y desmenuzar los significados de sus experiencias [...] el propósito de la entrevista en la investigación cualitativa es obtener descripciones del mundo de vida del entrevistado respecto a la interpretación de los significados de los fenómenos descritos (Álvarez-Gayou, 2010, p. 109).

Con la finalidad de ahondar en los diferenciales de las experiencias en cada caso-ciudad seleccionado, así como las perspectivas de los informantes que no son funcionarios públicos locales en activo, se optó por la modalidad *semiestructurada* de entrevista.

Las entrevistas semiestructuradas se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información. Las entrevistas abiertas se fundamentan en una guía general de contenido y el entrevistador posee toda la flexibilidad para manejarla (Hernández, Fernández & Baptista, 2010, p. 418).

Las entrevistas semiestructuradas, en particular, han suscitado interés y se utilizan mucho. Este interés se asocia con la expectativa de que es más probable que los sujetos entrevistados expresen sus puntos de vista en una situación de entrevista diseñada de manera relativamente abierta que en una entrevista estandarizada o un cuestionario (Flick, 2007, p. 89).

En el marco de la integración del *Índice de competitividad de las ciudades de México versión 2011* (Cabrero, 2013, p. 37), Arce, Chiapa y Rojo hacen referencia a una serie de seminarios-taller realizados con funcionarios locales para conocer sus valoraciones, percepciones y opiniones sobre el índice de competitividad de sus ciudades (2013, p. 177), lo cual abre claramente un ámbito para la perspectiva cualitativa en el estudio de la competitividad urbana.

Un concepto como el de competitividad urbana no puede representarse solamente como una valoración cuantitativa. Por su complejidad, requiere la ponderación de las percepciones que los actores involucrados tengan de su propio rendimiento, capacidades y proyecciones (Arce *et al*, 2013, p. 177).

La entrevista con expertos en el marco de un análisis global sobre la vinculación entre rankings de ciudades y diseño de política pública, posibilita una aproximación con mayor profundidad acerca de cómo evalúan los índices generados por la prensa económica.

Meuser y Nagel (1991) analizan las entrevistas a expertos como una forma específica de aplicar entrevistas semiestructuradas. A diferencia de las biográficas, el entrevistado aquí tiene menor interés como persona (completa) que en su calidad de experto para cierto campo de actividad [...] la guía de entrevista tiene aquí una función directiva mucho más fuerte por lo que se refiere a la exclusión de los temas no productivos [...] La necesidad de que el entrevistador deje claro en la entrevista que está familiarizado también con este asunto es, en general, una condición para realizarla con éxito. La interpretación de entrevistas a expertos pretende sobre todo analizar y comparar el contenido del conocimiento del experto (Flick, 2007, pp. 104-105).

Las entrevistas con Ramón Aboncé, Rubén Ahumada, Arturo Cavazos, Michel Chaín, Isaí Hernández y Mauricio Reyna se llevaron a cabo entre los meses de agosto y septiembre de 2014. En el caso de los funcionarios de las ciudades de México y Puebla, así como con el exfuncionario de la ciudad de Morelia, se realizaron de forma presencial.

Las entrevistas presenciales con funcionarios se llevaron a cabo en las sedes de las secretarías a las que se encuentran adscritos. A los funcionarios de Monterrey y Querétaro se les entrevistó vía telefónica.

La entrevista con Luis Felipe Abarca se realizó por video-llamada (en agosto de 2015, a través de la plataforma *Skype*) entre la Ciudad de México y Santiago de Chile (lugar de residencia del entrevistado).

Los funcionarios locales fueron contactados de manera inicial vía correo electrónico (a partir de los datos asentados en los directorios oficiales en línea de sus secretarías), el exfuncionario fue contactado a través de la Federación Nacional de Municipios de México (FENAMM), y el encargado de la primera edición del ranking *Las mejores ciudades latinoamericanas para hacer negocios* fue posible identificarlo y contactarlo a través de la red social virtual *LinkedIn*.

A todos los entrevistados se les envió de manera previa un archivo que contenía el marco general explicativo de la investigación así como una relación de las principales preguntas que se formularían durante la entrevista.

La guía de la entrevista indica los temas y su secuencia. El diseño específico de la investigación indicará si esta guía se tiene que seguir puntualmente o no durante la entrevista. Cada pregunta debe ser relevante, tanto desde la dimensión temática como desde la dimensión dinámica. La dimensión temática se refiere a que la pregunta importa en relación con el tema de la investigación; la dimensión dinámica, a la relación interpersonal durante la entrevista (Álvarez-Gayou, 2010, pp. 111-112).

El cuestionario se diseñó para propiciar un diálogo abierto, el instrumento tendría que posibilitar el que ahondaran en aspectos de su experiencia con respecto a la vinculación entre rankings de ciudades y el diseño e implementación de políticas públicas locales.

Si bien las entrevistas se hicieron apegándose a las preguntas base del cuestionario, los entrevistados aportaron elementos valiosos de su experiencia con relación al entorno concreto de cada ciudad y las particularidades del proceso de la política pública.

Las entrevistas con funcionarios tuvieron una duración aproximada o promedio de 30 minutos; mientras que las entrevistas con Rubén Ahumada y Luis Felipe Abarca tuvieron una duración aproximada de 60 a 70 minutos.

La entrevista con los funcionarios y el exfuncionario buscó atender tres aspectos centrales:

- Percepción (en el ejercicio de la función pública) acerca de los rankings y los factores que miden.
- Función de los rankings en la percepción pública local acerca de la gestión de la ciudad.
- Papel de los rankings en el proceso de diseño e implementación de las políticas públicas locales orientadas a fortalecer la competitividad urbana.

Preguntas eje incorporadas en la entrevista con Isaí Hernández, Mauricio Reyna, Arturo Cavazos, Michel Chaín, Ramón Aboncé y Rubén Ahumada:

- ✓ ¿En su opinión, los rankings de ciudades publicados por revistas especializadas en economía, presentan una evaluación integral de la competitividad de las ciudades?
- ✓ ¿Cuáles considera que son los indicadores más importantes que se deben considerar en una medición de la competitividad de las ciudades?
- ✓ ¿Considera que el hecho de que las ciudades sean incluidas en los rankings de ciudades publicados por revistas especializadas, contribuye en una percepción pública positiva con respecto al desempeño de un gobierno local?
- ✓ ¿Considera que los rankings de ciudades publicados por revistas especializadas son útiles para el diseño e implementación de políticas públicas locales en materia de competitividad urbana?
- ✓ ¿Considera que los rankings de ciudades son útiles para la toma de decisiones en la gestión urbana local?
- ✓ ¿Qué tipo de medición de la competitividad urbana cree que sería el mejor o el más óptimo?

En cuanto al exdirector de la Unidad de Inteligencia y de Investigaciones Panregionales en *AméricaEconomía Intelligence* (responsable del proyecto y elaboración de la primera edición del ranking *Las Mejores Ciudades para Hacer Negocios en América Latina*), la entrevista buscó atender tres aspectos fundamentales:

- Testimonio (memoria) con respecto a la conceptualización del ranking y el entorno en que se gestó el proyecto.
- Identificación de las reacciones y dinámicas que se activaron con la publicación de las primeras cinco ediciones del ranking (del año 2000 al 2005).
- Perspectivas con respecto a la vinculación entre el ranking *Las Mejores Ciudades para Hacer Negocios en América Latina* y el diseño-implementación de las políticas públicas locales en materia de competitividad urbana en la región.

Preguntas eje incorporadas en la entrevista con Luis Felipe Abarca:

- ✓ ¿Cómo fue la conceptualización y elaboración de la primera edición del ranking *Las Mejores Ciudades para Hacer Negocios en América Latina*?
- ✓ ¿Cuántas ciudades y qué variables incorporaron en las primeras ediciones del ranking?
- ✓ ¿Qué impacto recuerda que tuvieron las primeras ediciones del ranking, principalmente en el ámbito de los gobiernos locales, el diseño de políticas públicas para la competitividad urbana y los tomadores de decisiones, empresarios e inversionistas?
- ✓ ¿Los rankings de ciudades, principalmente los publicados por revistas especializadas como *AméricaEconomía*, contribuyen en la construcción del concepto o modelo de ciudad contemporánea? dicho de otra forma: ¿los rankings nos dicen cómo debe ser la ciudad contemporánea, qué características debe poseer?
- ✓ A quince años de la publicación de la primera edición del ranking de ciudades de *AméricaEconomía*, ¿cómo considera que ha evolucionado el medio de los índices, los listados y mediciones de ciudades?

En resumen, con base en el estado del arte, se diseñó la entrevista semiestructurada y se trazó una ruta para contactar a los cinco funcionarios y explicarles el proyecto, en este punto surgió la inquietud por acceder a las perspectivas de un exfuncionario (para recabar un testimonio igualmente experto, pero de un actor social que por el momento no se encuentra activo en algún cargo o función pública), así como acceder una visión de primera mano desde la prensa económica, donde la figura del editor del primer ranking regional de ciudades de la revista *AméricaEconomía* es clave para la investigación.

III.1.1.4. Procesamiento y análisis de la información cualitativa

Una vez que los datos de campo fueron recabados mediante la aplicación de las entrevistas, estas fueron transcritas. Con los testimonios convertidos en textos almacenados como archivos digitales, se dio inicio al análisis basado en el procedimiento de codificación y categorización (Álvarez-Gayou, 2010, p. 92; Denzin & Lincoln, 2015; Flick, 2007, p. 192, 2014a, p. 137; Gibbs, 2012, p. 63; Hernández *et al*, 2010, p. 439; Hernández, 2014, p. 195; Taylor & Bogdan, 1987, p. 167).

El análisis cualitativo implica organizar los datos recogidos, transcribirlos cuando resulta necesario y codificarlos. La codificación tiene dos planos o niveles. Del primero, se generan unidades de significado [frases, pasajes o fragmentos de los testimonios de los entrevistados recabados en campo] y categorías. Del segundo, emergen temas y relaciones entre conceptos. (Hernández *et al.*, 2010, p. 406).

Es importante subrayar que para los fines de la presente investigación, la etapa final del diseño cualitativo correspondiente al análisis—codificación y categorización—de los datos, no tuvo como finalidad establecer una *teoría fundamentada en datos* o *grounded theory* (Álvarez-Gayou, 2010, p. 90; Gibbs, 2012, p. 76; Flick, 2007, p. 56), toda vez que el objeto de estudio se delimitó previamente a partir de tres ejes conceptuales y teóricos: prensa económica, competitividad urbana y sociedad red; por lo que la codificación y categorización del material estuvo guiada por conceptos, como lo describe Gibbs:

Las categorías o conceptos que los códigos representan pueden provenir de las investigaciones publicadas, de estudios anteriores, de temas presentes en el inventario de entrevista [...] Es posible reunir una colección de códigos en un libro sin utilizarlos al principio para codificar los datos [...] la codificación consiste en la identificación de trozos de texto que ejemplifican los códigos incluidos en esa lista inicial [...] el investigador tendrá que corregir la lista de códigos durante el análisis a medida que se detecten en el texto nuevas ideas y nuevas maneras de categorizar (2012, pp. 71-72).

En este sentido, la codificación y categorización posibilitó la interpretación de los testimonios aportados por los expertos entrevistados, es decir que se obtuvieron definiciones respecto al papel de los rankings de ciudades elaborados por la prensa económica en el diseño de las políticas públicas locales de competitividad urbana, provenientes de actores sociales *expertos*.

En la investigación cualitativa, la codificación es un modo sistemático de desarrollar y refinar las interpretaciones de los datos. El proceso de codificación incluye la reunión y análisis de todos los datos que se refieren a temas, ideas, conceptos, interpretaciones y proposiciones. Durante esta etapa del análisis, lo que inicialmente fueron ideas e intuiciones vagas se refinan, expanden, descartan o desarrollan por completo (Taylor & Bogdan, 1987, p. 167).

Unidades de análisis. En función del diseño metodológico de corte cualitativo planteado para esta parte de la recolección de información de campo, inicialmente se establecieron como unidades de análisis constantes cada una de las respuestas a las preguntas planteadas durante las entrevistas, a partir de las cuales se categorizaron-codificaron los datos aportados por los expertos entrevistados.

Durante la codificación (Álvarez-Gayou, 2011, pp. 187-193), dentro de una misma respuesta fue posible ubicar más de una subcategoría, por lo que las unidades de análisis finales fueron los segmentos y/o fragmentos de las respuestas de los actores sociales. Tal y como quedó asentado en el apartado II.3.1, la categoría operativa principal de donde se desprendieron las subcategorías en esta parte del trabajo de campo es la siguiente: *papel de los rankings de ciudades difundidos por The Economist Intelligence Unit y AméricaEconomía en el proceso de diseño e implementación de políticas públicas locales en materia de competitividad urbana*.

Categoría y subcategorías. La categoría operativa de análisis arriba enunciada, que estructuró las entrevistas con expertos vinculados al diseño y la implementación de políticas públicas locales en materia de competitividad urbana (ya que representa el elemento central, ‘acerca de lo que se les preguntó a los sujetos sociales’), quedó expresada en diferentes fragmentos de sus respuestas en forma de *subcategorías*.

Lo anterior implica que la categoría operativa principal quedó expresada en las respuestas de los entrevistados (a partir del testimonio, la experiencia y el conocimiento) en subcategorías. Por otra parte, en el análisis y codificación de las entrevistas, no surgieron nuevas categorías o categorías distintas a la que se planteó inicialmente: ‘*papel del ranking en el proceso de las políticas públicas*’.

Un aporte de los datos recabados en campo—a partir del enfoque de la investigación—es que en las respuestas de los sujetos sociales es posible identificar las subcategorías (debido a que las delinearon), es decir, que los aportes de los entrevistados permitieron trazar las dimensiones operativas en las que se ubica el *papel de los rankings en el proceso de la política pública local de competitividad urbana*:

- Tienen un papel en el proceso de las políticas pública. Los entrevistados reconocen que los rankings juegan un papel, un rol, en el proceso las políticas públicas locales en materia de competitividad urbana.

Los entrevistados refieren el papel o rol a partir de seis dimensiones: analogía, qué son, qué implican, qué permiten, aspectos generales, consideraciones y reservas.

- Consideraciones y reservas. Si bien los rankings tienen un papel en el proceso de las políticas públicas, los entrevistados tienen una perspectiva crítica de los rankings, lo cual se expresa en consideraciones y reservas.
- Evalúan la competitividad a partir de diferentes variables. Evalúan unidades en entornos específicos con base en una mezcla o combinación de variables, las cuales se ponderan de manera diferente; en otro sentido, alimentan un debate a en torno a los indicadores, variables, factores y elementos tomados en cuenta en la medición de la competitividad, no existe un ranking que mida ‘todos’ los aspectos y factores de una ciudad competitiva, los actores sociales diferencian enfoques, características y metodología de los rankings, también cuentan con un acervo personal basado en la experiencia que les permite reconocer *indicadores y variables clave*.
- Su papel está diferenciado por casos o experiencias en ciudades específicas. Los rankings tienen un papel diferenciado de acuerdo con cada caso-ciudad, en algunas han sido importantes para advertir temas en materia regulatoria (facilidad para realizar actividades económico-empresariales), en otras han permitido valorar tendencias y reforzar elementos diferenciadores.

Derivado de lo anterior, los resultados del trabajo de campo se presentarán a partir de estas subcategorías, todas ellas presentes en los fragmentos o segmentos (unidades de análisis y significado) (Flick, 2014a) que aportaron los sujetos sociales en las entrevistas.

Debido a que se trabajó con una guía de preguntas y el método aplicado fue entrevista semiestructurada (Kvale, 2011; Valles, 2002), los entrevistados respondieron preguntas orientadas a determinar si en efecto el ranking tiene un rol, y cuál consideran que es dicho rol; por ende, en la categorización-codificación del material no se registró una categoría distinta a la de *papel o rol de los rankings en el proceso de la política pública local*.

La entrevista con el responsable inicial del ranking de ciudades de *AméricaEconomía* tuvo un abordaje ligeramente diferente, ya que además la pregunta sobre el papel de los rankings de ciudades en el diseño de política pública, se le solicitó ahondar en la experiencia de la conceptualización y diseño del ranking regional.

Luis Felipe Abarca aporta información en tres rubros: contexto y conceptualización del

proyecto de ranking de *AméricaEconomía*, dinámicas que se generaron a partir de su publicación (años 2000 a 2005), opiniones acerca de los cambios y tendencias en la producción de información especializada, contrastando el 2015 con respecto al año 2000 en que se lanzó el ranking.

La reflexión sobre los métodos de investigación en ciencias sociales, y de manera particular en los fenómenos de Comunicación, implicó en esta investigación trazar una ruta y estrategia de trabajo para la obtención de datos e información *base*, que además de ‘materializar’ las categorías de análisis, contribuyera con una aproximación a las percepciones y la experiencia de los sujetos sociales ya sea en el servicio público local (Cornejo & Guadarrama, 2013) o bien, en el diseño y desarrollo de un proyecto de ranking de ciudades para una revista regional especializada en economía.

La aproximación al proceso de las políticas públicas desde la visión de los sujetos sociales (a partir de una categoría inicial planteada por la investigación y tres subcategorías operativas develadas por los entrevistados) permitió ajustar la aproximación a los índices de ciudades como un fenómeno que se instala más en las dinámicas de intercambio, evaluación y ponderación de las fuentes de información, acompañando el paradigma informacional y la expansión-densificación del ecosistema de medios de comunicación, que en fenómenos lineales o de evaluación de los efectos.

III.1.2. Ejercicio empírico comparativo aplicado al segundo conjunto de objetivo, hipótesis y categoría de análisis

Objetivo 2: Describir la correlación entre la incorporación en los rankings difundidos por The Economist Intelligence Unit y AméricaEconomía, de las ciudades mexicanas: Ciudad de México, Monterrey (Nuevo León), Puebla (Puebla) y Querétaro (Querétaro), y su relevancia en el espacio de flujos.

<p>Hipótesis de trabajo 2</p> <p>La incorporación de las ciudades mexicanas: Ciudad de México, Monterrey (Nuevo León), Puebla (Puebla) y Querétaro (Querétaro), en los rankings de ciudades difundidos por <i>The Economist Intelligence Unit</i> y <i>AméricaEconomía</i>, corresponde con su relevancia en el espacio de los flujos.</p>	<p>Categoría operativa de análisis 2</p> <p>Relevancia en el espacio de los flujos de las ciudades mexicanas: Ciudad de México, Monterrey (Nuevo León), Puebla (Puebla) y Querétaro (Querétaro), incorporadas en los rankings difundidos por <i>The Economist Intelligence Unit</i> y <i>Américaeconomía</i>.</p>
---	--

El ejercicio empírico comparativo con datos cuantitativos tuvo como objetivo sintetizar y visibilizar en cuadros, la aproximación inicial a la correlación entre la relevancia de ciudades asignada en un tipo de rankings (los de la prensa económica) con las mediciones hechas por otras organizaciones, y la relevancia de la muestra de ciudades mexicanas en las interacciones e intercambios que se dan en el espacio de flujos.

Los datos no siguen un patrón longitudinal (no presentan series de tiempo) sino que consideran solamente el ranking de un año, que puede ser 2015 en algunos casos, y en otros publicados entre 2008 y 2014.

Apunte para futuras investigaciones y ejercicios: durante el análisis de 35 rankings (Cuadro 1) fue posible identificar que en algunos ejercicios (sobre todo aquellos más completos como el del IMCO o con una muestra más amplia, como el del GUCP), hay *subrankings*, es decir, que se puede ordenar a las ciudades en función de la calificación obtenida en alguno de los segmentos o subcategorías compuestos por un conjunto acotado de indicadores.

La etapa de entrevistas permitió advertir rankings que han ganado prestigio y presencia en el ámbito de las políticas públicas (como el del IMCO y el Banco Mundial):

[...] nos llegan varios rankings, ubicamos alrededor de 10 de diferentes revistas o centros de investigación o instituciones. Comparto, por ejemplo, que nos sirve mucho el Doing Business [Banco Mundial], el del Instituto Mexicano de la Competitividad, el del CIDE y otro que acaba de salir y en el que nos va muy bien, del Centro de Estudios Económicos del Sector Privado, en general estamos siempre bajo medición (Arturo Cavazos, Secretario de Desarrollo Económico, Monterrey).

Asimismo, se advierte la importancia que ha venido cobrando el aspecto de la relevancia de las ciudades, conferido por la posición que ocupan en los rankings:

En términos de la Ciudad de México, se puede asumir como ‘natural’ que aparezca en un ranking, porque es un punto de referencia. Entonces, el simple hecho de aparecer, en términos de la ciudad capital, creo que no genera un valor agregado mayor o menor, lo que sí genera un valor agregado, una percepción positiva o negativa, es el lugar donde apareces. El simple hecho de aparecer, no nos genera algún beneficio. El punto es en dónde estamos colocados. No es lo mismo que en el ranking aparezcas a media tabla, que aparezcas arriba o que aparezcas en los más bajos (Isaí Ludim

Hernández, Director Ejecutivo de Planeación Económica, Secretaría de Desarrollo Económico, Ciudad de México).

La relevancia aparece también en el propio concepto de nodo de Castells (apartado II.3) y en el estado del arte sobre rankings de competitividad urbana (del apartado II.2):

Los nodos pueden tener mayor o menor relevancia para el conjunto de la red: aumentan su importancia cuando absorben más información relevante y la procesan más eficientemente. La importancia relativa de un nodo no proviene de sus características especiales, sino de su capacidad para contribuir a los objetivos de la red (Castells, 2009, p. 27).

NÚM.	TÍTULO	ORGANIZACIÓN
Rankings elaborados por organizaciones de la prensa económica		
1	<i>Worldwide Cost of Living Survey / Encuesta Mundial de Costos de Vida 2015</i>	Economist Intelligence Unit
2	<i>Liveability ranking / Ranking de Habitabilidad 2015</i>	Economist Intelligence Unit
3	<i>Ranking de Las Mejores Ciudades para Hacer Negocios en América Latina 2015</i>	AméricaEconomía Intelligence
Rankings elaborados por diferentes tipos de organizaciones		
4	<i>Worldwide Centers of Commerce Index / Índice de Centros Mundiales de Comercio 2008</i>	MasterCard
5	<i>Networked Society City Index / Índice de Ciudades en la Sociedad Red 2014</i>	Ericsson
6	<i>The State of Sustainable Competitiveness of 500 Cities / Estado de la Competitividad Sustentable de 500 Ciudades 2013</i>	Global Urban Competitiveness Project (GUCP)
7	<i>Office Space Across the World-Most Expensive Locations / Espacios de Oficinas en todo el Mundo-Los Lugares Más Caros 2014</i>	Cushman & Wakefield
8	<i>Cities in Motion / Ciudades en Movimiento Índice 2014</i>	Universidad de Navarra / IESE Business School
9	<i>Global Cities Index and Emerging Cities Outlook. Global Cities, Present and Future / Índice de Ciudades Globales y Perspectivas de Ciudades Emergentes. Ciudades Globales, Presente y Futuro 2014</i>	ATKearney
10	<i>Ranking de Ciudades Latinoamericanas para la Atracción de Inversiones 2014</i>	Universidad del Rosario (Colombia)
11	<i>Latin American Green City Index/ Índice de Ciudades Latinoamericanas Verdes (Sustentables) 2010</i>	Siemens / Economist Intelligence Unit
12	<i>Índice de Competitividad Urbana 2014</i>	Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO)
13	<i>Doing Business en México 2014. Entendiendo las regulaciones para las pequeñas y medianas empresas</i>	Banco Mundial (BM)
14	<i>Índice de competitividad de las Ciudad de México Versión Ampliada 2011 (ICCM-CIDE 2011)</i>	Centro de Investigación y Docencia Económica (CIDE)

Las fuentes documentales cuantitativas que sirvieron como base para el ejercicio empírico de comparación fueron 3 rankings elaborados y difundidos por la prensa económica y 11 elaborados por diferentes tipos de organizaciones, como se detalla en el cuadro anterior.

Para el ejercicio comparativo empírico el objetivo principal fue determinar la correspondencia entre los lugares asignados a cuatro ciudades mexicanas (Ciudad de México, Monterrey, Querétaro y Puebla) en las 14 mediciones, tomando como referencia a los tres índices elaborados por organizaciones periodísticas. A continuación se presenta una descripción más detallada de los tres rankings elaborados por la prensa económica.

- *Economist Intelligence Unit*

Worldwide Cost of Living survey / Encuesta mundial de costos de vida

Metodología

La encuesta mundial de costo mundial de vida es bianual, *Economist Intelligence Unit* compara más de 400 precios individuales en 160 productos y servicios. Estos incluyen alimentos, bebidas, ropa, artículos para el hogar y artículos de cuidado personal, alquileres de casa, transporte, servicios públicos, privados escuelas, servicio doméstico y actividades recreativas en 133 ciudades alrededor del mundo.

La encuesta en sí es una herramienta de Internet especialmente diseñada para ayudar a los gerentes de recursos humanos y finanzas a calcular las asignaciones por costo de vida y construir paquetes de compensación para los empleados que se trasladan a otras ciudades y quienes han viajes de negocios.

La encuesta permite hacer comparaciones entre ciudad y ciudad o bien, entre una ciudad y varias ciudades; sin embargo, todas las ciudades se comparan con una ciudad de base que es Nueva York, la cual tiene un índice fijado en 100. La encuesta ha sido llevada a cabo durante más de 30 años.

Más de 50.000 precios individuales se recogen en cada encuesta, realizada entre marzo y septiembre y publicada en junio y diciembre. Investigadores de la Unidad de Inteligencia Económica llevan a cabo levantamientos entre una amplia gama de tiendas: supermercados, tiendas de precio medio y tiendas especializadas de mayor precio. Son los de más de 160 artículos en cada ciudad, no son precios minoristas o costos de los fabricantes, sino precios finales que pagan los clientes.

Los precios recogidos se convierten entonces en una moneda central (dólares estadounidenses), calculados de acuerdo cuyo tipo de cambio prevaeciente es ponderado, con el fin de lograr índices comparativos. El índice del costo de la vida utiliza un conjunto idéntico de gastos, por lo que no se basa en el patrón de gasto de alguna nacionalidad específica.

Liveability ranking / Ranking de habitabilidad

Metodología

El concepto de habitabilidad es simple: se evalúa qué lugares del mundo proporcionan los mejores o las peores condiciones de vida. La Valoración de habitabilidad de *Economist Intelligence Unit* cuantifica los desafíos que se podrían presentar en el estilo de vida de un individuo en un lugar determinado, permitiendo la comparación directa entre localidades. A cada ciudad se le asigna una calificación de relativa comodidad por más de 30 indicadores cualitativos y cuantitativos, cada indicador en una ciudad se califica como aceptable, tolerable, incómodo, indeseable o intolerable, a través de cinco grandes categorías:

Estabilidad (delincuencia en baja escala, delitos violentos, amenazas terroristas, amenazas de conflictos militares, amenaza de disturbios o conflictos civiles), peso asignado a la categoría: 25% del total.

Cuidado de la salud (disponibilidad de la sanidad privada, calidad de la sanidad privada, disponibilidad de asistencia sanitaria pública, calidad de la asistencia sanitaria pública, disponibilidad medicamentos sin receta médica, indicadores generales de salud), peso asignado a la categoría: 20% del total.

Cultura y medio ambiente (temperatura y humedad, malestar del clima para los viajeros, nivel de corrupción, restricciones sociales o religiosas, nivel de la censura, facilidades para practicar deportes, oferta cultural, alimentos y bebidas, bienes y servicios de consumo), peso asignado a la categoría: 25% del total.

Educación (disponibilidad de educación privada, calidad de la educación privada, indicadores de educación pública), peso asignado a la categoría: 10% del total.

Infraestructura (calidad de la red de carreteras, calidad del transporte público, calidad de los enlaces internacionales, disponibilidad de vivienda de buena calidad,

calidad en la prestación de los servicios de energía, calidad de suministro de agua, calidad de las telecomunicaciones), peso asignado a la categoría: 20% del total.

En lo que corresponde a la valoración cualitativa de indicadores, su clasificación se otorga en base a la evaluación que hacen analistas internos y colaboradores en cada ciudad. Para los indicadores cuantitativos, la clasificación se basa en el rendimiento relativo por puntos de acuerdo con datos externos.

Las puntuaciones se compilan y ponderan para proporcionar una puntuación de 1-100, donde 1 se considera intolerable y 100 se considera ideal. La calificación es la habitabilidad proporcionado tanto como una puntuación global y como una puntuación para cada categoría. Para proveer puntos de referencia, la puntuación también se da para cada categoría en relación a Nueva York y se proporciona una posición global en el ranking de 140 ciudades.

- *AméricaEconomía*

Las Mejores Ciudades para Hacer Negocios en América Latina, presenta dos bloques, el primero con **datos significativos por ciudad** tales como: población (número de habitantes), Producto Interno Bruto (tamaño y productividad de la economía), Producto Interno Bruto *per cápita* (ingresos promedio por habitante), porcentaje de la población con desempleo, costo del kilowatt por hora calculado en dólares norteamericanos, presencia de cadenas hoteleras globales, kilómetros totales de transporte eléctrico urbano y suburbano, posición de la universidad mejor rankeada de la ciudad en el Webometrics Excellence Impact Rank, revistas universitarias indexadas en Scielo, número de destinos aeroportuarios internacionales directos, número de colegios con bachillerato internacional.

El segundo bloque expone el puntaje obtenido por cada ciudad en las **dimensiones ICUR**: marco social-político, marco y dinamismo económico, servicios a empresas y a ejecutivos, infraestructura y conectividad física, capital humano, sustentabilidad y poder de marca.

En la edición 2015 del ranking, la posición de las ciudades consideradas en la muestra se asigna con base en el porcentaje total (o agregado) que obtiene cada ciudad en las ocho dimensiones del ICUR, este índice desarrollado por *AméricaEconomía Intelligence* “permite ordenar a las ciudades de acuerdo a su capacidad/potencial de negocios” (Sotomayor, 2015, p.88), cada dimensión tiene un ‘peso’ y una composición:

Marco social y político (15%):

Analiza gobernabilidad política, institucional, seguridad, desarrollo social y seguridad jurídica.

Marco y dinamismo económico (25%):

Analiza creación de riqueza, captación de inversiones, estabilidad económica, y de caracterización de los mercados de bienes, laboral y financiero.

Servicios a empresas (10%):

Analiza costos de instalación y régimen de negocios, calidad y acceso a los servicios informacionales y bancarios, y calidad institucional de los gobiernos locales.

Servicios a ejecutivos (10%):

Analiza costo y calidad de vida, incluidos el acceso a los servicios bancarios, educacionales, hospitalarios, hoteleros y de restaurantes.

Infraestructura y conectividad física (10%):

Evalúa la calidad de la movilidad terrestre, marítima y aérea de las personas y de la carga comercial, así como indicadores complejos de inversión y de desarrollo de las infraestructuras.

Capital humano (10%):

Analiza acreditación y cuantificación de la oferta educacional superior para dimensionar la disponibilidad de fuerza de trabajo local calificada.

Sustentabilidad medioambiental (5%):

Mide la calidad de los recursos naturales, la tasa urbana de transporte público no contaminante y el impacto que la urbe produce en el medioambiente global.

Poder de marca (15%):

Se construye a partir de la “Encuesta sobre Negocios y Calidad de Vida en las Ciudades de América Latina”, aplicada en mayo de 2014 a la base de lectores de AméricaEconomía (AméricaEconomía, 2015, p.88).

El cuadro general (IV.2.1.), *promedio de relevancia entre los 14 rankings* (que aparece en la última columna) asignado a cada ciudad, se elaboró de acuerdo a los valores asignados a cada ranking en función de su alcance (global, regional, nacional) y la relevancia alcanzada por cada ciudad en las diferentes mediciones.

El promedio final de relevancia (o total) se asigna en función de los siguientes porcentuales alcanzados por cada ciudad (en una sumatoria):

1% - 16% baja -, 17% - 33% baja +, 34% - 50% media -, 51% - 67% media +, 68% - 83% destacada -, 84% - 100% destacada + .

Cuadro 4. Cálculo del promedio de relevancia, por ciudad, entre los 14 rankings

Relevancia de la ciudad en cada ranking	Alcance del ranking		
	Global 64% 8 rankings	Regional 21% 3 rankings	Local 15% 3 rankings
Destacada +	8%	7%	5%
Destacada -	7%	6%	4%
Media +	6%	5%	3%
Media -	5%	4%	2%
Baja +	4%	3%	1%
Baja -	3%	2%	0.5%

Para todos los rankings, el grado de relevancia de cada ciudad (como nodo en el espacio de flujos) se estableció en tres niveles: destacada (+) y (-), media (+) y (-) y baja (+) y (-), asignados en una operación aritmética, como se **ejemplifica** a continuación:

<i>Ranking de Habitabilidad 2015*</i> (Economist Intelligence Unit)	<i>Cities in Motion 2014*</i> (Universidad de Navarra)
Total de ciudades listadas: 140 grado de relevancia = 140/3 = posiciones 1-23 destacada (+) y 24-46 destacada (-); posiciones 47-70 media (+) y 71-93 media (-); posiciones 94-117 baja (+) y 118-140 baja (-).	Total de ciudades listadas: 135 grado de relevancia = 135/3 = posiciones 1-22 destacada (+) y 23-44 destacada (-); posiciones 45-67 media (+) y 68-90 media (-); posiciones 91-113 baja (+) y 114-135 baja (-).
*El ranking evalúa qué lugares del mundo proporcionan los mejores o las peores condiciones de vida. Cuantifica los desafíos que se podrían presentar en el estilo de vida de un individuo en un lugar determinado, permitiendo la comparación directa entre localidades. A cada ciudad se le asigna una calificación de relativa comodidad por más de 30 indicadores cualitativos y cuantitativos, cada indicador en una ciudad se califica como aceptable, tolerable, incómodo, indeseable o intolerable, a	*El ranking mide las capacidades locales para arribar al concepto de <i>ciudades inteligentes</i> , entendidas como aquellas que generan numerosas oportunidades de negocio y posibilidades de colaboración entre el sector público y el privado, desarrollando un ecosistema en red que involucre a todos los grupos de interés (ciudadanos, organizaciones, instituciones, Gobierno, universidades, empresas, expertos, centros de investigación, etc.).

<p>través de cinco grandes categorías (cada una con un peso o valor porcentual, sobre el 100%): estabilidad (25%), cuidado de la salud (20%), cultura y medio ambiente (25%), educación (10%), infraestructura (20%). Para proveer puntos de referencia, la puntuación también se da para cada categoría en relación a Nueva York y se proporciona una posición global en el ranking de 140 ciudades.</p>	<p>Evalúa 135 ciudades (49 de ellas capitales) en relación con diez dimensiones clave: Gobernanza, Planificación urbana, Gestión pública, Tecnología, Medioambiente, Proyección internacional, Cohesión social, Movilidad y transporte, Capital humano, y Economía.</p> <p>De acuerdo con la medición, todos los indicadores se deben conjuntar con un objetivo estratégico: alcanzar un tipo diferente de desarrollo económico local (creación de una ciudad global, promoción del espíritu empresarial, innovación, etc.).</p>
---	--

Cuadro 5. Ejemplo de análisis comparativo para establecer la relevancia de las ciudades en el espacio de flujos

Ciudad	Posición y relevancia en el listado			
	EIU <i>Ranking de Habitabilidad 2015</i> (140 ciudades)	Relevancia	Universidad de Navarra <i>Cities in Motion 2014</i> (135 ciudades)	Relevancia
Sydney	7	Destacada (+)	17	Destacada (+)
Munich	29	Destacada (-)	26	Destacada (-)
Buenos Aires	62	Media (+)	106	Baja (+)
Moscú	76	Media (-)	84	Media (-)
Ciudad de México	105	Baja (+)	101	Baja (+)
Caracas	124	Baja (-)	126	Baja (-)

Fuente: Elaboración propia con datos de: The Economist (2015) y Universidad de Navarra (2014).

De existir una concordancia en la relevancia asignada entre rankings de la prensa económica y los elaborados por distintas organizaciones (como se observa en el ejemplo anterior), podría establecerse que en efecto los primeros reflejan el carácter y atributos de los nodos en el espacio de flujos, toda vez que sólo la ciudad de Buenos Aires tuvo una variación o discrepancia entre la relevancia asignada en el ranking de *The Economist* y la medición elaborada por la Universidad de Navarra (de Media + en uno, a Baja + en el otro).

La segunda consideración con respecto a este ejercicio es que tanto los rankings de referencia (de la prensa económica) como los de comparación (elaborados por diferentes organizaciones) no agotan o abarcan por sí solos todas las variables relativas a los intercambios e interacciones de las ciudades (como nodos) en el espacio de flujos, sin embargo, se pueden considerar como un referente inicial a partir del cual es posible llevar a cabo una primera aproximación.

En síntesis, con el acervo de las entrevistas y la revisión-análisis de 35 rankings elaborados por diferentes tipos de organizaciones, fue posible trazar un ejercicio comparativo basado en operaciones aritméticas básicas, con respecto a los índices de ciudades de la prensa económica, con la idea de fijar un *rango de relevancia* de las ciudades como nodos en el espacio de flujos propio de la sociedad red.

Asimismo, el ejercicio empírico comparativo con datos cuantitativos, si bien no es concluyente—toda vez que arribar a la descripción de una correlación clara entre índices de la prensa económica y relevancia de las ciudades en el espacio de flujos involucra una exploración más amplia—, sienta las bases para ampliar la línea de trabajo centrándola mucho más en las interacciones e intercambios tangibles e intangibles entre nodos.

CAPÍTULO IV. Papel de los rankings de ciudades difundidos por la prensa económica en el proceso de las políticas públicas, y en la asignación de relevancia de las ciudades en el espacio de flujos: percepciones de expertos y ejercicio comparativo

En el presente capítulo se exponen los datos cualitativos y comparativos recabados a partir del trabajo de campo; la información se agrupó en dos conjuntos de acuerdo con los objetivos, preguntas y categorías operativas planteados para la investigación.

Los datos cualitativos aportados por siete entrevistas (5 con funcionarios vinculados al diseño e implementación de políticas públicas en materia de competitividad urbana de la Ciudad de México, Monterrey, Puebla y Querétaro, una con un exfuncionario de la ciudad de Morelia, y otra con el responsable de la conceptualización del ranking de ciudades de la revista *AméricaEconomía*), se enfocaron en el objetivo, pregunta, hipótesis y categoría operativa que conforman la primer línea de análisis de la investigación:

<p>Objetivo 1</p> <p>Identificar el papel asignado a los rankings difundidos por <i>The Economist Intelligence Unit</i> y <i>AméricaEconomía</i>, en el diseño e implementación de políticas públicas en materia de competitividad urbana, por parte de los funcionarios públicos locales vinculados con esta materia, en las siguientes ciudades mexicanas: Ciudad de México, Monterrey (Nuevo León), Puebla (Puebla) y Querétaro (Querétaro).</p>	<p>Pregunta de investigación 1</p> <p>¿Qué papel le es asignado a los rankings difundidos por <i>The Economist Intelligence Unit</i> y <i>AméricaEconomía</i>, en el proceso de diseño e implementación de políticas públicas en materia de competitividad urbana, por parte de los funcionarios públicos locales responsables vinculados con la materia, en las siguientes ciudades mexicanas mencionadas en el objetivo?</p>
<p>Hipótesis de trabajo 1</p> <p>Los rankings de ciudades difundidos por <i>The Economist Intelligence Unit</i> y <i>AméricaEconomía</i>, son considerados por los funcionarios públicos locales, como una parte de los indicadores que utilizan en el proceso de diseño e implementación de las políticas públicas en materia de competitividad urbana.</p>	<p>Categoría operativa de análisis 1</p> <p>Papel de los rankings de ciudades difundidos por <i>The Economist Intelligence Unit</i> y <i>Américaeconomía</i>, en el proceso de diseño e implementación de políticas públicas locales en materia de competitividad urbana.</p>

Derivado del análisis, categorización y codificación de las siete entrevistas fue posible establecer que, en sus testimonios, los sujetos sociales desagregan la categoría operativa de análisis en tres subcategorías:

1. Consideraciones, reservas y perspectiva crítica acerca de los rankings.
2. Diferenciación de enfoques, metodología, indicadores y variables clave de los rankings, en función de conocimientos y experiencia personal.
3. Papel diferenciado de los rankings de acuerdo con cada caso-ciudad.

Estas subcategorías se vieron complementadas y reforzadas con aportes, perspectivas y testimonios de los entrevistados. En el caso de los cinco funcionarios y el exfuncionario ahondan en diferenciales específicos en la competitividad urbana, tales como la estructura física de la ciudad, su vocación económica, la evaluación de los rankings como fuente de información en el diseño de políticas públicas, la construcción de percepciones y la toma de decisiones para invertir o visitar una ciudad.

Dentro de este núcleo de información, pero en otro sub-apartado, se presenta el testimonio de Luis Felipe Abarca Zárate quien fuera director (del año 2000 al 2005) de la Unidad de Inteligencia e Investigaciones Panregionales en *AméricaEconomía Intelligence*, responsable de la conceptualización, diseño y desarrollo de las primeras ediciones del ranking *Las mejores ciudades para hacer negocios en América Latina* publicado por la revista *AméricaEconomía*. En sus aportes, Abarca Zárate refiere cuatro aspectos:

- a) Concepto y contexto bajo los cuales se diseñó el ranking, los indicadores considerados para hacer la medición y el tamaño de la muestra de las ciudades.
- b) Efectos y dinámicas a partir de la publicación de las primeras ediciones del ranking.
- c) Cambios y tendencias en los medios de comunicación y en la producción de información especializada (con respecto al año 2000 cuando se lanzó el ranking).
- d) Principales dimensiones de la economía urbana consideradas en el diseño del ranking de ciudades de la revista *AméricaEconomía*.

Los datos aportados por el ejercicio comparativo entre 14 rankings, índices y mediciones de ciudades se enfocaron en el objetivo, pregunta, hipótesis y categoría operativa que conforman la segunda línea de análisis de la investigación:

<p>Objetivo 2</p> <p>Describir la correlación entre la incorporación en los rankings difundidos por <i>The Economist Intelligence Unit</i> y <i>AméricaEconomía</i>, de las ciudades mexicanas: Ciudad de México, Monterrey (Nuevo León), Puebla (Puebla) y Querétaro (Querétaro), y su relevancia en el espacio de flujos.</p>	<p>Pregunta de investigación 2</p> <p>¿Qué correlación existe entre la incorporación en los rankings difundidos por <i>The Economist Intelligence Unit</i> y <i>AméricaEconomía</i> de las ciudades mexicanas: Ciudad de México, Monterrey (Nuevo León), Puebla (Puebla) y Querétaro (Querétaro), y su relevancia en el espacio de flujos?</p>
<p>Hipótesis de trabajo 2</p> <p>La incorporación de las ciudades mexicanas: Ciudad de México, Monterrey (Nuevo León), Puebla (Puebla) y Querétaro (Querétaro), en los rankings de ciudades difundidos por <i>The Economist Intelligence Unit</i> y <i>AméricaEconomía</i>, corresponde con su relevancia en el espacio de los flujos.</p>	<p>Categoría operativa de análisis 2</p> <p>Relevancia en el espacio de los flujos de las ciudades mexicanas: Ciudad de México, Monterrey (Nuevo León), Puebla (Puebla) y Querétaro (Querétaro), incorporadas en los rankings difundidos por <i>The Economist Intelligence Unit</i> y <i>Américaeconomía</i>.</p>

Teniendo como base los tres rankings de ciudades producidos y difundidos por la prensa económica: *Encuesta Mundial de Costos de Vida 2015* y *Ranking de Habitabilidad 2015* ambos elaborados por *Economist Intelligence Unit* (una división de la revista *The Economist*) y el *Ranking de las Mejores Ciudades para Hacer Negocios en América Latina 2015* elaborado por *AméricaEconomía Intelligence* (una división de la revista *AméricaEconomía*), la pregunta de investigación plantea (metodológicamente) la necesidad de establecer si estos rankings también permiten ubicar a las ciudades en términos de su relevancia como nodos en el espacio de los flujos.

A partir del trabajo documental en el que se identificaron 35 rankings de ciudades (Cuadro 1) elaborados por diferentes tipos de organizaciones (periodístico/editoriales; organismos, agencias, asociaciones, fundaciones; consultorías, áreas de estudios de empresas; centros de estudios, universidades, grupos de investigación), pudo establecerse como una aproximación inicial a esta segunda línea de análisis, la realización de un ejercicio comparativo entre el lugar o posición asignado a las ciudades que conforman la muestra de esta investigación en los tres rankings de la prensa económica, con el lugar o posición

asignado en otros once rankings (de escala global, regional y nacional) de ciudades elaborados por diferentes organizaciones.

A partir de una operación aritmética se determinó un ‘grado de relevancia’ (destacada +-, media +- y baja +-) para cada ciudad dentro de cada uno de los rankings, con la finalidad de llevar a cabo tanto la comparación (entre la relevancia asignada por la prensa económica y la asignada por otras organizaciones), como el establecimiento de una ‘relevancia promedio’ para cada ciudad. Consideraciones y limitaciones (metodológicas) del ejercicio: a) el eje temático de cada ranking es distinto, b) los indicadores, su método de cálculo y asignación de peso (importancia) varían en cada medición y c) la muestra de ciudades (el total de unidades listadas) es diferente en cada ranking.

La comparación busca determinar (con un rango derivado de una operación aritmética) el ‘desempeño’ de las ciudades en distintos tipos de rankings, para en un segundo momento, establecer si coinciden el rango de relevancia asignado a las ciudades por la prensa económica (en tres mediciones) con el rango de relevancia asignado por otro tipo de organizaciones (en once mediciones), manejando la idea de relevancia en relación a las ciudades como nodos en el espacio de los flujos propio de la sociedad red (Castells, 2009).

Los reportes del trabajo en campo se presentan en dos formatos: cédulas (para las entrevistas) que posibilitan organizar la información, y cuadros (para los comparativos con información cuantitativa) que permiten sintetizar y visualizar los datos.

La cédulas de entrevistas se componen por dos segmentos: el primero con la síntesis de los elementos en común que se identificaron en torno a la categoría y las subcategorías, y el segundo que presenta citas directas de los entrevistados en fragmentos o piezas (unidades de análisis donde se identificaron tanto la categoría como las subcategorías).

En otro conjunto de cédulas se incorporan citas directas de mayor extensión en las que los entrevistados desarrollan con amplitud una idea, aporte, reflexión o testimonio, el propósito de estas cédulas es aproximarse de manera más amplia a las percepciones de los entrevistados sin la fragmentación implícita en las síntesis y las unidades de análisis.

Con respecto a los cuadros elaborados para el ejercicio comparativo entre rankings de ciudades, se cuenta con un cuadro general que contiene toda la información para realizar el comparativo entre la relevancia asignada a la muestra de ciudades mexicanas tanto por los

rankings de la prensa económica como por los elaborados por otras organizaciones, obteniendo un promedio (estimado) de relevancia (en los 14 rankings) para cada ciudad.

En otro conjunto de cuadros se presentan los datos en extenso por cada ranking, los lugares más representativos asignados a otras ciudades con relación a los obtenidos por las ciudades de la muestra, la asignación del ‘grado’ de relevancia (vía una operación aritmética en función del total de ciudades listadas), un breve análisis de los datos y la descripción del ranking (tema, metodología e indicadores). Los cuadros se elaboraron separando los rankings que tienen un alcance global (ciudades de todo el mundo), de aquellos regionales (ciudades latinoamericanas) y nacionales (ciudades mexicanas).

Principales resultados derivados de la información obtenida en campo

Con respecto a la primera línea de investigación (papel de los rankings de ciudades difundidos por *The Economist Intelligence Unit* y *Américaeconomía*, en el proceso de diseño e implementación de políticas públicas locales en materia de competitividad urbana), datos cualitativos (entrevistas):

- Los actores sociales identificaron que durante el proceso de las políticas públicas los rankings de ciudades juegan un papel, el cual es indistinto entre las mediciones elaboradas por la prensa económica y las elaboradas por otro tipo de organizaciones.
- El papel que juegan los rankings de ciudades en el proceso de las políticas públicas es como: indicador, datos o termómetro; son importantes, útiles y válidos; se toman en cuenta como punto de referencia para el diagnóstico y como datos para la toma de decisiones.
- Los rankings permiten: hacer comparaciones (*benchmark*), ordenar el mercado; identificar: áreas de oportunidad, escenarios, temas prioritarios; mejorar resultados y analizar cómo las metrópolis contemporáneas sortean los desafíos que se les presentan.
- Sin embargo, los entrevistados expresaron críticas, consideraciones y reservas con respecto a los rankings: no presentan una medición integral de la competitividad urbana (ya que tampoco es su función-objetivo); el ejercicio (basado en seleccionar y listar) involucra omisiones; por último, algunos indicadores pueden ser demasiado generales y en ocasiones parciales.
- Entre los indicadores necesarios para medir la competitividad urbana, los entrevistados mencionaron (en común): seguridad, eficacia y transparencia en la gestión local, generación de conocimiento, niveles educativos, capacitación, equidad, bienestar social y calidad de vida.
- Los rankings tienen un papel diferenciado, por cada caso, ciudad, experiencias y procesos.

- Los rankings que mencionaron los entrevistados como referente son: *Doing Business* (del Banco Mundial) y en *Índice de Competitividad Urbana* (del IMCO).
- El ranking de la revista *AméricaEconomía* se concibió para medir la competitividad de las ciudades como un entorno para hacer negocios.
- El ranking de ciudades de *AméricaEconomía*, de acuerdo con el testimonio del responsable inicial del proyecto: generó una discusión en torno a la importancia de la gestión del territorio; incidió en el diseño de políticas públicas con los sectores público y privado (con la perspectiva del posicionamiento y el *city marketing*); incorporó en la región temas como el diferencial de la ciudad y la atracción de talento; por último, visibilizó un entorno donde gobiernos de ciudades medias y pequeñas comenzaron a realizar acciones orientadas a participar en mercados regionales específicos.

Con respecto a la segunda línea de investigación (correlación entre la incorporación en los rankings difundidos por *The Economist Intelligence Unit* y *AméricaEconomía*, de las ciudades mexicanas: Ciudad de México, Monterrey, Puebla y Querétaro, y su relevancia en el espacio de flujos), ejercicio comparativo entre rankings (datos cuantitativos):

- La relevancia de las ciudades mexicanas (Ciudad de México, Monterrey, Puebla y Querétaro) asignada por los rankings de la prensa económica, coincide con la asignada en los rankings elaborados por diferentes tipos de organizaciones.
- El promedio obtenido por las ciudades mexicanas (Ciudad de México, Monterrey, Puebla y Querétaro) en este ejercicio (derivado de los lugares que se les confiere en los 14 rankings analizados y comparados), no es concluyente de su relevancia (como nodos) en el espacio de los flujos, sin embargo constituye una primera aproximación que requiere mayores datos que enriquezcan una medición de este tipo.
- Se requiere conjuntar mayores datos sobre las interacciones e intercambios (tangibles e intangibles) de las ciudades en el espacio de los flujos para tener un punto de referencia más sólido sobre su relevancia como nodos, en comparación con los resultados mostrados por las mediciones elaboradas por la prensa económica

Perspectivas generales:

- La Ciudad de México es la única que aparece en las 14 mediciones; Monterrey no fue incorporada en 4 (de 6) mediciones globales sin embargo aparece en todos los índices regionales; Puebla y Querétaro están consideradas en menos de la mitad de los rankings (6 de 14), en un ranking global (con una muestra de 500 ciudades) y otro regional.

- Con excepción de la Ciudad de México, las ciudades mexicanas son incorporadas con menor frecuencia en las mediciones globales y con mayor frecuencia en los rankings regionales.

Aspectos particulares:

- La Ciudad de México tiene una relevancia **baja** + en el ámbito global, y **destacada** en los planos regional y nacional.
- La ciudad de Monterrey (Nuevo León) tiene una relevancia **baja** en el ámbito global (aparece en 2 de ocho mediciones globales), y **destacada** en los planos regional y nacional.
- La ciudad de Puebla (Puebla) tiene una relevancia **baja** - en el ámbito global (aparece en 1 de ocho mediciones globales), **media** en el plano regional y **destacada** a nivel nacional.
- La ciudad de Querétaro (Querétaro) tiene una relevancia **baja** - en el ámbito global (aparece en una de ocho mediciones globales), **media** + en el regional y **destacada** a nivel nacional.

IV.1. Perspectivas de Actores Sociales Expertos Vinculados con el Proceso de las Políticas Públicas Locales en Materia de Competitividad Urbana, sobre el Papel de los Rankings de Ciudades Difundidos por la Prensa Económica

Esta sección presenta los datos de campo que se recabaron en la fase de entrevistas con los siguientes actores sociales expertos: el Secretario de Desarrollo Sustentable de la ciudad de Querétaro; el Secretario de Desarrollo Económico de la ciudad de Monterrey; el Secretario de Desarrollo Económico y Turismo de la ciudad de Puebla; el Director Ejecutivo de Planeación Económica de la Secretaría de Desarrollo Económico de la Ciudad de México; el Director General del Instituto de Promoción Turística, Ciudad de México; el responsable del proyecto y elaboración de la primera edición del ranking *Las Mejores Ciudades para Hacer Negocios en América Latina*; y un especialista en temas municipales y gestión de centros históricos con experiencia como funcionario público de la ciudad de Morelia.

Los testimonios contenidos en las siete entrevistas se enfocan directamente en la categoría operativa: “**papel de los rankings de ciudades** difundidos por *The Economist Intelligence Unit* y *AméricaEconomía*, en el **proceso de diseño e implementación de políticas públicas locales en materia de competitividad urbana**”.

Que se deriva de la pregunta de investigación: ¿qué papel le es asignado a los rankings difundidos por *The Economist Intelligence Unit* y *AméricaEconomía*, en el proceso de diseño e implementación de políticas públicas en materia de competitividad urbana, por

parte de los funcionarios públicos locales responsables vinculados con la materia, en las siguientes ciudades mexicanas: Ciudad de México, Monterrey (Nuevo León), Puebla (Puebla) y Querétaro (Querétaro)?

Y del objetivo: identificar el papel que asignado a los rankings difundidos por *The Economist Intelligence Unit* y *AméricaEconomía*, en el diseño e implementación de políticas públicas en materia de competitividad urbana, por parte de los funcionarios públicos locales vinculados con esta materia, en las siguientes ciudades mexicanas: Ciudad de México, Monterrey (Nuevo León), Puebla (Puebla) y Querétaro (Querétaro).

El instrumento diseñado para el trabajo cualitativo en campo consistió en una guía de preguntas aplicadas como entrevista semiestructurada con expertos, en la codificación-categorización de las respuestas aportadas por los sujetos sociales, fue posible identificar tres subcategorías. Cabe subrayar que en las respuestas de los entrevistados no se aludió a una categoría diferente a la principal.

En función de lo anterior, los resultados se organizaron a partir de la categoría principal y las tres subcategorías develadas por los entrevistados:

- Identificación del papel que tienen los rankings en el proceso de las políticas públicas locales en materia de competitividad urbana (categoría principal).
- Consideraciones, reservas y perspectiva crítica sobre los rankings (subcategoría 1).
- Evaluación de las variables a incorporar en los rankings, índices y mediciones de la competitividad urbana (subcategoría 2).
- Diferenciación del papel de los rankings de acuerdo con experiencias y procesos de cada ciudad (subcategoría 3).

Para organizar la información se utilizaron cuatro cédulas con los siguientes apartados: síntesis de las entrevistas (conceptos e ideas comunes detectados, procesados y agrupados durante la codificación) y fragmentos (declaraciones, trozos) de los testimonios que sirvieron como *unidades de análisis*.

Se incluye un segmento con ideas desarrolladas por los entrevistados—en función de la categoría operativa principal—lo cual permite apreciar sus perspectivas sin la fragmentación implícita en la delimitación de las unidades de análisis.

En la presente investigación se realizaron entrevistas con los titulares de los organismos de gobierno local (secretarías e instancias públicas) en virtud de su relación directa con la implementación de las políticas públicas, la experiencia en el terreno de las demandas y percepciones de otros actores sociales en torno a la competitividad urbana y su interlocución con diferentes niveles y órdenes de gobierno, por lo que son *expertos*.

Los aportes de Luis Felipe Abarca Zárate en torno a la primera edición del ranking *Las mejores ciudades para hacer negocios en América Latina* de la revista *AméricaEconomía*, se presentan por separado, a partir de una síntesis que da cuenta de tres momentos: inicios del proyecto, dinámicas generadas por las primeras ediciones (2000-2005) y perspectiva actual de la información especializada, también se ofrece un segmento con ideas desarrolladas por el entrevistado para complementar la síntesis.

IV.1.1. Entrevistas con expertos vinculados con el diseño y la implementación de políticas públicas. Categoría principal y subcategorías.

Categoría operativa: Papel de los rankings de ciudades difundidos por *The Economist Intelligence Unit* y *Américaeconomía*, en el proceso de diseño e implementación de políticas públicas locales en materia de competitividad urbana.

Síntesis de las entrevistas (de acuerdo con frases y expresiones de los entrevistados)

Las analogías del ranking mencionadas fueron: indicador, datos, termómetro, ecuación, foto.

Los rankings son: muy importantes, importantes, muy útiles, válidos, un sustento, tomados en cuenta, punto de referencia, insumo de diagnóstico, datos para tomar decisiones.

Los rankings implican o requieren: procesar y analizar; ser mediciones frecuentes y específicas; complementar con investigación propia aspectos que en ocasiones las revistas especializadas no tienen en sus indicadores y que son importantes.

Los rankings permiten: comparar-compararse, ordenar el mercado, agregar información, ver áreas de oportunidad, prever escenarios, identificar temas prioritarios para una agenda de gestión, mejorar resultados, analizar cómo van sorteando las metrópolis sus desafíos.

En términos generales, los rankings: arrojan luz, mueven a tomar decisiones para el diseño de políticas públicas, aportan elementos para diseñar políticas públicas, se deben tomar en cuenta, dan ideas de hacia dónde van las políticas públicas y las mejores prácticas, dan líneas y áreas de actuación, aportan datos y sin datos no se pueden hacer políticas públicas, dan un *inside* del comportamiento de las ciudades.

<p>Mtro. Luis Felipe Abarca, Socio Director de <i>Digital Town (D-Town)</i></p> <p>“[...] el segundo impacto [del ranking] es a nivel de políticas públicas [...] con las autoridades de ciudades, en aquellos aspectos en los que tenían incidencia a través de políticas públicas, y también para el conjunto de los actores del sector privado [...] y de cómo se pueden hacer esfuerzos sobre todo en términos del posicionamiento de ciudades”.</p>	<p>Dr. Ramón Aboncé, Secretario de Desarrollo Sustentable, Querétaro</p> <p>“Para mí [los rankings] son muy importantes [...] es un termómetro que nos permite ver justamente las áreas de oportunidad que puede tener una ciudad dentro de la competitividad [...] el saber cómo estamos, regular o mal con respecto a lo que otras ciudades están realizando o han realizado, es muy importante”.</p>
<p>Ing. Rubén Ahumada, Especialista en Municipalismo</p> <p>“[...] los datos específicos te sirven para tomar decisiones, prever escenarios, evitar riesgos, pronosticar y aún más mejorar los resultados [...] Entonces, es útil, es muy útil. Los datos duros son importantes en las estrategias, por supuesto, pero el análisis situacional, local, abordado de manera integral permite una actuación sistémica”.</p>	<p>Dr. Arturo Cavazos, Secretario de Desarrollo Económico, Monterrey</p> <p>“Sin duda es útil y nos mueve a tomar decisiones para el diseño de políticas públicas [...] cuando iniciamos aquí la gestión, hace casi año y medio, salimos mal calificados en la medición <i>Doing Business</i> [...] nos propusimos, por instrucción del alcalde y con toda la convicción del equipo, mejorar esos índices para salir mejor calificados”.</p>
<p>Mtro. Michel Chaín, Secretario de Desarrollo Económico y Turismo, Puebla</p> <p>“[...] yo te diría que sí, que son importantes, que se toman en cuenta, porque a nadie le gusta salir mal en esa foto [...] son esos pequeños indicadores que pueden sesgar de manera positiva o negativa para una región, la toma de decisiones por parte de potenciales inversionistas o de agentes económicos relevantes”.</p>	<p>Mtro. Isaí Ludim Hernández, Director Ejecutivo de Planeación Económica, Secretaría de Desarrollo Económico, Ciudad de México</p> <p>“Las mediciones siempre son muy importantes, te dan un punto de referencia a la hora de hacer política pública [...] Ahora, un ranking por sí solo no se vuelve el único medio de referencia. Cuando un tema se vuelve común en diferentes mediciones es cuando empieza a tomar mucha atención”.</p>
<p>Mtro. Mauricio Reyna, Director General del Instituto de Promoción Turística, Ciudad de México</p> <p>[...] los rankings nos ayudan a determinar, a ver y a analizar cómo van sorteando las metrópolis sus propios desafíos. Si algo digamos es un eje rector, característico de todas las metrópolis, son sus desafíos diarios, agua, seguridad, movilidad, calidad en los servicios, áreas verdes, nivel educativo, suelo urbano [...]”.</p>	

Subcategoría operativa 1: Consideraciones y perspectiva crítica acerca de los rankings.

Síntesis de las entrevistas

Los entrevistados mencionaron que entre los principales aspectos a considerar con respecto a los rankings está el que no presentan una medición integral (o al menos todo lo integral que se desea) de la competitividad urbana, sin embargo asumen que tampoco es necesariamente una función u objetivo del ranking; estiman que este tipo de ejercicios involucra una selección de la muestra así como una delimitación de indicadores y factores, por lo que ‘siempre’ faltará algún aspecto, además consideran que algunos indicadores son demasiado generales y en ocasiones parciales.

En su opinión, los rankings son elaborados desde la perspectiva (enfoque-visión) de la organización que los elabora, si bien no son decisivos (en la atracción de inversiones o la localización de empresas) sí suman en la percepción de diferentes actores sociales. Bien enfocados, los rankings permiten tomar mejores decisiones, por lo que es importante (en el proceso de las políticas públicas) no tomarlos de manera acrítica.

No miden acciones de gobierno sino condiciones generales de la economía, son construcciones analíticas que van cambiando con el tiempo y requieren complementarse con un análisis situacional local integral.

Dr. Ramón Aboncé, Secretario de Desarrollo Sustentable, Querétaro

“Yo los considero muy positivos, aunque sí creo que no están integrando todas las variables que deberían de ser incorporadas [...]”.

Ing. Rubén Ahumada, Especialista en Municipalismo

“[...] los rankings deben complementarse con un análisis situacional, como parte de un diagnóstico integral del territorio en el que actuamos”.

Dr. Arturo Cavazos, Secretario de Desarrollo Económico, Monterrey

“Claro que estos índices, aunque no sean lo integral que se desea, pero bueno, la parte que miden, nosotros los tomamos en cuenta para la toma de decisiones y para la implementación de políticas públicas, lo cual incluso está establecido dentro del Plan Municipal de Desarrollo”.

Mtro. Michel Chaín, Secretario de Desarrollo Económico y Turismo, Puebla

“[...] te puedo decir que los rankings, si es algo que vemos, pero que tampoco son tomados de manera acrítica para el armado de políticas públicas [...] son sujetos a un análisis [...] Yo creo que este tipo de ranking te da un *inside* (sic) del comportamiento de las ciudades”.

Mtro. Isáí Ludim Hernández, Director Ejecutivo de Planeación Económica, Secretaría de Desarrollo Económico, Ciudad de México

“[...] si la cuestión es: ¿estos rankings miden la

Mtro. Mauricio Reyna, Director General del Instituto de Promoción Turística, Ciudad de México

“[...] yo creo que lo que te dan [los rankings] son las líneas y las áreas donde te tienes que centrar.

<p>competitividad de manera integral?, mi respuesta es no [...] un ranking por sí mismo no mide la competitividad de manera integral, porque no está en su función [...]”.</p>	<p>Obviamente los rankings son reales, son válidos y son construcciones analíticas que van cambiando con el tiempo”.</p>
--	--

<p><i>Subcategoría operativa 2: Diferenciación de enfoques, metodología, indicadores y variables clave de los rankings, en función de conocimientos y experiencia personal.</i></p>	
<p><i>Síntesis de las entrevistas</i></p> <p>Una de las preguntas estaba orientada a que los entrevistados mencionaran las variables o indicadores más importantes que, en su opinión, deberían incluir los rankings y mediciones de competitividad urbana. Entre los indicadores mencionados en común sobresalen: seguridad, eficacia y transparencia en la gestión local (en los trámites y procedimientos para hacer negocios), generación de conocimiento, educación, capacitación y bienestar social, por mencionar tan sólo algunos. Los indicadores se citan en el orden en que los refirieron los entrevistados.</p>	
<p>Dr. Ramón Aboncé, Secretario de Desarrollo Sustentable, Querétaro</p> <p>Seguridad, impartición de justicia, equidad social, transparencia, compromiso social, ubicación geográfica, diversificación, patrimonio histórico, manufactura, servicios, educación, conocimiento (universidades), talento, innovación, visión del desarrollo económico, mano de obra, estructura física de la ciudad, espacios habitacionales.</p>	<p>Ing. Rubén Ahumada, Especialista en Municipalismo</p> <p>Vocación de la ciudad, finanzas, gobernabilidad, instituciones y leyes, conectividad exterior, movilidad interna, infraestructura, equipamiento urbano, sinergias, complementariedad entre territorios, iniciativa privada, calidad de vida, desarrollo humano, cohesión territorial, gestión del territorio, sistema de salud, educación, seguridad, servicios públicos, sustentabilidad, cultura, diversificación, felicidad.</p>
<p>Dr. Arturo Cavazos, Secretario de Desarrollo Económico, Monterrey</p> <p>Facilidad para trámites, honestidad (anticorrupción), seguridad, educación, calidad de vida, conectividad, inversión extranjera (en una perspectiva longitudinal del tiempo), reserva territorial, mano de obra</p>	<p>Mtro. Michel Chaín, Secretario de Desarrollo Económico y Turismo, Puebla</p> <p>Dinamismo del PIB, generación de empleos (formales), mejora regulatoria, relaciones con el mundo (establecimiento de firmas internacionales), marco legal, costos de transacción, movilidad,</p>

calificada, madurez del mercado, patrones de consumo, ISO-9000 calidad de gobierno.	volumen de la economía, economía social, economía sostenible, innovación y desarrollo.
<p>Mtro. Isaí Ludim Hernández, Director Ejecutivo de Planeación Económica, Secretaría de Desarrollo Económico, Ciudad de México</p> <p>Medio ambiente, cultura, conectividad, productividad (atracción-retención), inversiones (distribución y redistribución social de los beneficios del crecimiento y las actividades económicas).</p>	<p>Mtro. Mauricio Reyna, Director General del Instituto de Promoción Turística, Ciudad de México</p> <p>Atracción de personas (“que la gente quiera visitar y que viste la ciudad, que la gente quiera vivir y que viva aquí, que quiera estudiar y que estudie aquí”), negocios (“que las empresas mantengan sus actividades económicas, que hagan nuevos emprendimientos o nuevas inversiones), capacitación para el trabajo, educación, calidad de productos y oferta de servicios, vuelos directos, movilidad, ancho de banda, interconexión, idiomas.</p>

<i>Subcategoría operativa 3: Papel diferenciado de los rankings de acuerdo con cada caso-ciudad.</i>	
<i>Síntesis de las entrevistas</i>	
<p>El papel de los rankings en el proceso de diseño e implementación de la política pública está diferenciado por casos o experiencias en ciudades específicas. De acuerdo con la experiencia de los entrevistados, en algunos casos han permitido advertir temas en materia regulatoria (facilidad para realizar actividades económico-empresariales), en otros casos han permitido valorar tendencias y reforzar los elementos diferenciadores de una ciudad.</p>	
<p>Dr. Ramón Aboncé, Secretario de Desarrollo Sustentable, Querétaro</p> <p>“Nosotros tenemos, por ejemplo, aquí en Querétaro, el Anuario Económico Municipal [...] es el más completo de todo el país, porque la gente encuentra mucha información a detalle que no encuentra en otras ciudades.</p> <p>En los últimos cinco años se han abierto tres universidades especializadas para los sectores en los</p>	<p>Ing. Rubén Ahumada, Especialista en Municipalismo</p> <p>“[...] se debe tener clara la vocación [de la ciudad] para que los datos específicos, que sirvan, se implementen en una estrategia económica [...] esto detona una cadena productiva y dinamiza la economía local.</p> <p>[...] vinculas el conocimiento que tienes en planeación urbana con el conocimiento territorial que es uno de los parámetros para medir los</p>

<p>cuales se quiere fortalecer el desarrollo económico.</p> <p>Esto no aparece en indicadores, esa flexibilidad que puede tener [una ciudad como Querétaro] para calificar a la gente en determinados sectores económicos [...]”.</p>	<p>indicadores de manera más importante.</p> <p>[...] cuando tienes una vocación que inspira, te conviertes en imán, te conviertes en ese ente que tiene el magnetismo de atracción [...]”.</p>
<p>Dr. Arturo Cavazos, Secretario de Desarrollo Económico, Monterrey</p> <p>“[entre los inversionistas el uso de los rankings se da] dependiendo del tamaño de las empresas y la propia estructura interna que tenga cada una. Por ejemplo, una empresa trasnacional, sin duda ellos tienen sus propios departamentos dedicados a las investigaciones. Hay otros, digamos, que tocan base en las Cámaras, sin duda otros vienen con nosotros.</p> <p>Nada menos, en la semana se anunció una inversión muy, muy importante para los próximos años de una armadora y están viniendo más armadoras. Están viendo que todos estos indicadores combinados hacen de Monterrey una ciudad atractiva y competitiva para la inversión”.</p>	<p>Mtro. Michel Chaín, Secretario de Desarrollo Económico y Turismo, Puebla</p> <p>“Es con este dato y cómo lo procesas dentro del marco conceptual que tienes de desarrollo económico, que lo traduces en políticas públicas o en acciones en beneficio de tu comunidad.</p> <p>[...] un inversionista no va a poner su dinero a ciegas en donde le diga el ranking.</p> <p>[...] tienes que saber manejar todos estos factores, toda esta conjunción de factores, objetivos, lógicos, ilógicos, hasta supersticiosos para hacer que tu región sea lo más dinámica, lo más competitiva y generar la mayor cantidad de oportunidades posibles”.</p>
<p>Mtro. Isai Ludim Hernández, Director Ejecutivo de Planeación Económica, Secretaría de Desarrollo Económico, Ciudad de México</p> <p>“[...] uno de los [rankings] que tú me comentabas, el de <i>The Economist</i>, de costos de vida [...] mide cosas que tienen que ver con productos y servicios, cómo afectan o el acceso que tiene la población a estos productos y servicios. Mientras que el otro de <i>AméricaEconomía</i>, por ejemplo, está más enfocado a cómo atraes inversiones, cómo retienes inversiones.</p> <p>[...] son perspectivas distintas, depende qué le interesa a quien está haciendo el ranking, te diría que de los que más posicionados en el ambiente en que</p>	<p>Mtro. Mauricio Reyna, Director General del Instituto de Promoción Turística, Ciudad de México</p> <p>“[en el diseño de la política pública] vas engarzando otros elementos que no necesariamente son exclusivos de la percepción, tienen que ver con la economía, tienen que ver con la conectividad, tienen que ver con la distancia, tienen que ver con dónde están tus clientes reales y potenciales.</p> <p>[...] hay una colección de elementos que determinan que se decidan por la ciudad de México [...] a nivel nacional, tanto entre turistas nacionales como internacionales, tenemos una respuesta positiva de alrededor del 84 por ciento, de personas que dicen ‘sí</p>

<p>estamos trabajando es el ranking <i>Doing Business</i> que hace el Banco Mundial. Mide otras cosas, mide competitividad, pero mide competitividad en términos de la facilidad para hacer negocios”.</p>	<p>me gustaría regresar a la ciudad de México’, y además, evidentemente la infraestructura en todos los sentidos, te ayuda para que la experiencia de viaje sea positiva, tanto a nivel laboral, como a nivel de vacaciones, de tiempo libre”.</p>
--	--

IV.1.1.1. Aportes y perspectivas de los entrevistados.

Dr. Ramón Aboncé, Secretario de Desarrollo Sustentable, Querétaro

“Me voy a permitir agregar otra variable que considero que es muy importante, por la experiencia que hemos tenido de las charlas con inversionistas, con gente que quiere instalarse aquí aunque no todos se han instalado, pero son parte de las preocupaciones o aspectos que influyen mucho: es el tema físico de la ciudad.

Querétaro está en su ‘juventud’, por decirlo así, un momento ideal, donde el tamaño de la ciudad es una parte de su atractivo. Es una ciudad media, donde todavía no se tienen problemas de las ciudades más grandes, pero donde existe la posibilidad de ofrecer, con calidad, los servicios públicos de una ciudad más grande, desde el punto de vista cultural, desde el punto de vista social, desde el punto de vista medioambiental, desde el punto de vista incluso físico de la ciudad.

Una ciudad amable con gente agradable, eso también influye mucho en la localización o en su defecto, en fenómenos como el que se está dando, por ejemplo, con los mandos medios y superiores de una armadora de autos que recientemente se instaló en Celaya (Guanajuato), ellos viven aquí y prefieren estar viajando 30 o 35 minutos, tienen a sus familias aquí y están viviendo aquí.

La ciudad, lo que ofrece físicamente como espacio para vivir, como espacio físico, en determinados niveles de inversión es cada vez más importante. Eso sí no está considerando, o muy vagamente considerado en las evaluaciones que hacen las revistas especializadas: el hecho de dónde voy a vivir o dónde van a vivir mis trabajadores”.

Ing. Rubén Ahumada, Especialista en Municipalismo

“Las ciudades deben tener clara su vocación para que los datos específicos [de los rankings] sirvan [...] si tienes una vocación natural y trabajas en ella esa es tu principal motor.

Ya sabemos que la máquina de vapor de hoy en día son las finanzas. Pero esas finanzas, ¿dónde repercuten más? ¿dónde obtienes beneficios? Yo pongo un ejemplo como Morelia [que] es una ciudad turística. Entonces, ¿qué tengo que hacer para tener atractivo turístico? Implementar una verdadera política pública en turismo que interactúe en todas direcciones con los aspectos productivos de la economía local, cuidar mi patrimonio cultural, hacer gestión y promoción turística, establecer políticas culturales que me permitan tener asiento de un sinnúmero de eventos, que eso detone mi economía.

Que haya empleos de la ocupación hotelera, en los servicios que giran alrededor de esta industria, los empleos auxiliares, desde los restauranteros, el vendedor de periódico, el taxista, hasta el bolero, es ver cómo el botones gana cuando se promueve el turismo. Entonces, esto detona una cadena productiva y dinamiza la economía local, eslabones de una cadena económica, son las que se derivan y fortalecen de la vocación natural del territorio.

¿Eso qué es? Generación de fuentes de empleo, diversificación económica, incremento del ingreso per cápita, en fin, indicadores económicos atendidos desde la vocación natural del territorio”.

Dr. Arturo Cavazos, Secretario de Desarrollo Económico, Monterrey

“Sin duda, toda información, independientemente de la fuente o el origen, nos es útil para la toma de decisiones en el tema gubernamental. En los dos casos que usted nos preguntó de estas dos revistas, sin duda vemos que hay indicadores que nos sirven, algunos, otros igual creo que están más perfilados a otro tipo de ciudades y por eso nos aventajan.

El caso concreto, si me permite el ejemplo, es Miami: si van a tomar, van a ponderar como un indicador el tema de la infraestructura hotelera, sin duda va a tener una mejor calificación que Monterrey.

[...] nos llegan varios rankings, ubicamos alrededor de 10 de diferentes revistas o centros de investigación o instituciones. Comparto, por ejemplo, que nos sirve mucho el *Doing Business* [Banco Mundial], el del Instituto Mexicano de la Competitividad, el del CIDE y otro que acaba de salir y en el que nos va muy bien, del Centro de Estudios Económicos del Sector Privado, en general estamos siempre bajo medición.

No tenemos uno por excelencia. No tenemos uno, digamos, no tomamos uno, sino a todos los tenemos en nuestro panorama y todos nos sirven. No podemos casarnos con uno solo, por lo mismo que son muy globales en ocasiones pueden no ser tan exactos en sus mediciones”.

Mtro. Michel Chaín, Secretario de Desarrollo Económico y Turismo, Puebla

“En el sentido de qué tan integral puede ser un ranking que se haga no sólo en una revista especializada, sino en cualquier tipo de publicaciones. Dicen, creo que dicen de buena manera, que el listar siempre es omitir. Fenómenos que son tan globales, tan heterogéneos, tan multifactoriales, como es la competitividad de una región en particular, sería muy difícil pretender que hubiera un trabajo que te abarcara absolutamente todo.

Partimos del hecho que son trabajos interesantes, pero que prácticamente por definición, pues son parciales. Ahora, partiendo de ese hecho, son relevantes en la medida en que el entorno los reconoce. ¿A qué voy? Puede haber publicaciones especializadas, no especializadas, bien hechas, mal hechas, medianamente hechas, que el entorno no reconoce y que en ese sentido, su impacto, pese a que metodológicamente pudiera ser casos interesantes, pues es mucho menor.

En ese sentido, tenemos que recordar que a diferencia de lo que sucedía en otras épocas, la economía actual está tremendamente interconectada, las telecomunicaciones se han vuelto un tema en el que hay que trabajar todos los días, entonces la percepción que se tenga, de una región muchas veces pesa más, que los aspectos cualitativos reales de esa región.

Es un tema con el que puedes o no estar de acuerdo, pero es parte de la realidad en la que te estás desarrollando y que como encargado de áreas de desarrollo económico para una región, pues simple y sencillamente no puedes ser omiso, porque el resto de los agentes económicos relevantes, inversionistas, sindicatos, corporativos, sí van a tener en cuenta este tipo de indicadores”.

Mtro. Isáí Ludim Hernández, Director Ejecutivo de Planeación Económica, Secretaría de Desarrollo Económico, Ciudad de México

“La Ciudad de México, por más críticas que podamos escuchar en los medios o en la prensa especializada, finalmente es la ciudad más importante del país, por sus propias características, por sus condiciones políticas, es sede de los Poderes de la Unión, por la aglomeración, somos el mayor mercado en términos de población, somos la entidad más conectada en términos de transporte aéreo y terrestre.

Se tienen muchas condiciones que por sí mismas, en mi opinión, hacen que sea la ciudad más competitiva del país, atrae el 66 por ciento de la inversión extranjera directa, que es más de la mitad, mucho más de la mitad del total que ingresa al país. Por sí misma ya tiene su propio atractivo.

En términos de la Ciudad de México, se puede asumir como ‘natural’ que aparezca en un ranking, porque es un punto de referencia. Entonces, el simple hecho de aparecer, en términos de la ciudad capital, creo que no genera un valor agregado mayor o menor, lo que sí genera un valor agregado, una percepción positiva o negativa, es el lugar donde apareces.

El simple hecho de aparecer, no nos genera algún beneficio. El punto es en dónde estamos colocados. No es lo mismo que en el ranking aparezcas a media tabla, que aparezcas arriba o que aparezcas en los más bajos”.

Mtro. Mauricio Reyna, Director General del Instituto de Promoción Turística, Ciudad de México

“La percepción es un elemento que ayuda o que perjudica, pero nunca es totalizante. Pondría un ejemplo, probablemente Escocia sea un lugar 100 por ciento seguro, aunque no existe un solo punto de este planeta que sea cien por ciento seguro, pero pongamos que es 99.9 por ciento seguro y que un organizador de congresos y de convenciones, en Houston [EUA] quiere organizar un congreso en materia de petróleo.

Aunque se tenga ese referente de 99.9 por ciento seguro, voltará hacia México, voltará después hacia la Ciudad de México, y estoy seguro en un altísimo porcentaje que terminará organizando su congreso en la Ciudad de México por los costos, por la competitividad, por la conectividad, por los servicios y por la relación que existe entre la Ciudad de México y el estado de Texas [EUA], porque hay una relación no solamente económica sino también en el ámbito del petróleo y en general, de la industria energética.

Entonces: ¿esto qué nos quiere decir? Que si tú comparas Escocia, así en abstracto, lejos de la Ciudad de México o de América, con la Ciudad de México, alguien te podría decir: ‘en efecto, Escocia es mucho más segura, es más verde, más sustentable’. Sí, sí, sí... pero la Ciudad de México es una metrópoli.

La Ciudad de México tiene un vínculo económico directo con el estado de Texas, entonces tú vas engarzando otros elementos que no necesariamente son exclusivos de la percepción, tienen que ver con la economía, tienen que ver con la conectividad, tienen que ver con la distancia, y tienen que ver con dónde están tus clientes reales y potenciales”.

IV.1.2. La conceptualización del ranking *Las mejores ciudades para hacer negocios en América Latina* de la revista *Américaeconomía*.

Luis Felipe Abarca Zárate fue director (del año 2000 al 2005) de la Unidad de Inteligencia y de Investigaciones Panregionales en *AméricaEconomía Intelligence*. Además del ranking *Las Mejores Ciudades para Hacer Negocios en América Latina*, coordinó proyectos de investigación y rankings sobre bancos, marcas y escuelas de negocios, entre otros.

Actualmente se desempeña como socio director de *Digital Town (D-Town)*, consultora especializada en dar asesoría estratégica en negocios, *branding*, *marketing* digital y comunicaciones corporativas, con énfasis en *content marketing*, *inbound marketing* y gestión del conocimiento.

De noviembre de 2005 a diciembre de 2006 fue editor de rankings para el Grupo Editorial Expansión, empresa a la que pertenece la revista mexicana especializada en economía y negocios *Expansión*, en esta organización también fue el encargado de crear la primera unidad de inteligencia e investigación: *Inteligencia Expansión*.

En 2004 ganó el Premio y la Beca Citigroup a la Excelencia en el Periodismo Económico y de Finanzas por su trabajo como director de estudios en la revista *AméricaEconomía*, concedido por la Universidad de Columbia, E.U. Es periodista y MBA de la Universidad Católica de Chile, tiene estudios de Dirección de Empresas en IPADE Business School, de la Universidad Panamericana, México. La entrevista aborda tres núcleos de temas y aspectos relacionados con la experiencia de Abarca Zárate en *AméricaEconomía*:

¿Cómo se diseñó el ranking, qué indicadores fueron considerados para hacer la medición, cuál fue el tamaño de la muestra de ciudades y qué tipo de contexto permeaba en el momento en que se concibió el proyecto (año 2000)?

¿Qué efectos y/o dinámicas que se generaron a partir de la publicación del ranking y en sus primeros años (2000 a 2005)?

¿Cuáles son los principales cambios y tendencias en los medios de comunicación y en la producción de información especializada (2015 con respecto al año 2000 en que se lanzó el ranking)?

- d) Concepto y contexto bajo los cuales se diseñó el ranking, los indicadores considerados para hacer la medición y el tamaño de la muestra de ciudades.
- El concepto del ranking fue, desde un inicio, medir la competitividad de las ciudades latinoamericanas (como un entorno) para ‘hacer negocios’:

“Yo llegué a *Américaeconomía* en el año 2000, después de haber terminado mi posgrado y el proyecto que teníamos entre manos era crear un ranking que midiera la competitividad de las ciudades latinoamericanas específicamente para hacer negocios”.

“[...] diría que en definitiva era un ranking muy de negocios, quizá no con tanta claridad si era por mercado, por eficiencia o si era por posicionamiento, nosotros tratábamos de hacer un consolidado de cuál ciudad era más atractiva, ya sea para instalar una empresa o para dirigir negocios desde ese lugar”.

- Otra idea detrás del ranking era el descifrar y advertir fenómenos y tendencias futuros, aportar una visión prospectiva.
- La complejidad del proyecto radicaba precisamente en que la calificación de los entornos urbanos como favorables ‘hacer negocios’ implica múltiples dimensiones e indicadores.
- El equipo editorial encargado del proyecto llevó a cabo una inmersión en el campo de la

economía urbana, revisando bibliografía relacionada con los aspectos relevantes a medir en cuanto a los entornos para ‘hacer negocios’.

- Los indicadores que inicialmente se consideraron para el ranking fueron: tamaño de las economías locales (una dificultad en este rubro fue la de integrar o separar ciudades y zonas metropolitanas), potencial económico en términos del PIB urbano (en función del tamaño de la población), PIB urbano *per cápita*, infraestructura en servicios para las empresas, eficiencia de los sistemas de la ciudad, seguridad y niveles de delincuencia (sobre todo en los costos de operación de las empresas), conectividad, costos de los servicios de telecomunicación, calidad de vida, imagen-posicionamiento (cómo percibían los ejecutivos distintas ciudades de la región) y vocación.
- El tamaño de la muestra de ciudades fue ampliándose de manera gradual, comenzó con más de 15 ciudades, el segundo año fueron más de 20, el tercero 25 y para el quinto año (2005) el ranking contaba ya con una muestra de 32 ciudades.
- El tamaño de la muestra se fue ampliando de manera gradual en virtud de que conforme se van considerando ciudades de una escala media o pequeña, la recolección de datos se dificulta más, propiciando que el ranking haga estimaciones (en determinados rubros), lo cual aumenta el riesgo de caer en imprecisiones. En este sentido, una sugerencia para las ciudades medias y pequeñas que busquen figurar en rankings y mediciones, es contar con números y estadísticas (una suite de información firmemente sustentada) acerca de su desempeño en áreas y sectores clave de la economía, ya que estos datos pueden ofrecerse a los editores y equipos de analistas que participan en la elaboración de los rankings que elaboran diferentes organizaciones.
- La ciudad de Miami, Florida (Estados Unidos de América) se incorporó desde la primera edición debido a que—de acuerdo con Luis Felipe Abarca—muchas empresas multinacionales latinoamericanas tienen instalaciones o centros de operación en esa ciudad.
- Desde su incorporación, Miami destacaba entre las ciudades latinoamericanas creando polémica, de acuerdo con el líder del proyecto las áreas de oportunidad en la gestión local que evidenciaba el caso de Miami, colocó temas y áreas de atención en la agenda de las ciudades latinoamericanas:

“[...] fue muy polémico en ese momento, pero para nosotros hacía mucho sentido, porque no es que quisiéramos que ‘ganara’ Miami, sino en el fondo lo que queríamos generar con esto es que fuera un tema [el de las ventajas y la gestión de temas locales de Miami] de preocupación para las autoridades de las ciudades [latinoamericanas]”.

- En el momento que se concibe el proyecto de ranking (año 2000), las economías locales venían adquiriendo un mayor protagonismo; las pautas de competencia económica eran marcadas ya no tanto por países sino por ciudades, la integración comercial-económica a nivel regional (con el modelo de la Unión Europea) se observaba como una tendencia, lo cual resultaba novedoso al menos en América Latina.
- Visto en retrospectiva, la integración regional en América Latina no reprodujo esas pautas, sin embargo el ranking continuó registrando un protagonismo creciente de las ciudades a nivel regional, derivado de esto, expone Luis Felipe Abarca:

“[...] cada vez más ciudades nosotros veíamos que había esfuerzo por mejorar su gestión y entonces ahí es donde surge un ejercicio de este tipo”.

e) Efectos y dinámicas que se generaron con la publicación de la primera edición del ranking y en sus primeros años como parte de la oferta de información (2000 a 2005) de la revista *AméricaEconomía*.

- Entre los aspectos que derivaron de la publicación del ranking está el que se generó un *benchmark* o *punto de comparación* entre ciudades latinoamericanas (desde la perspectiva de la prensa económica).
- El ranking incide, de acuerdo con el entrevistado, en al menos en cinco ámbitos:
 - 1) ordena el mercado; 2) genera una discusión en torno a la importancia de la gestión del territorio; 3) aporta datos para el diseño de políticas públicas con los sectores público y privado (con la perspectiva del posicionamiento y el *city marketing*); 4) incorpora en la región temas como el *diferencial de la ciudad* (Philip Kotler) y la atracción de talento (Richard Florida); por último, 5) contribuye con la visibilización en un entorno donde gobiernos de ciudades medias y pequeñas realizan acciones orientadas a participar en ámbitos o mercados regionales específicos, como la realización de convenciones o el denominado ‘turismo de salud’.

“En el fondo, lo que nosotros hicimos, como hacíamos con otros rankings, es que ordenamos un poco la oferta, y yo creo que en ese sentido, lo mismo que hacíamos con los MBA’s [programas de maestría en Administración de Negocios] también, sentíamos que la gente podía tener una mirada no sólo en dentro de su frontera, sino una mirada regional de ciertos fenómenos [...] lo que hacen los rankings es un poco ordenarte el mercado”.

“Yo no diría que la intención era que hubiera ganadores y perdedores o que los

lectores lo terminaran viendo así, sino era generar una discusión en torno a ciertos aspectos que son importantes para hacer negocios y que la gente en el fondo comenzara a poder analizar esos temas y darles una cierta importancia [...]”.

“Y luego el segundo impacto es a nivel de políticas públicas. Yo sí creo que hubo muchas conversaciones con las autoridades de ciudades, sobre todo de aquellos aspectos en los cuales ellos tenían incidencia a través del diseño de políticas públicas, y también para el trabajo conjunto con los actores del sector privado, con los empresarios y de cómo se pueden hacer esfuerzos sobre todo en términos del posicionamiento de ciudades [...] ahí diría: yo creo que también calamos profundo, porque hasta ese momento sí se hacía marketing de país, pero muy pocos esfuerzos de marketing de ciudades”.

- El grupo de analistas y concretamente Abarca Zárate, en ese periodo son invitados a diferentes foros para debatir y analizar el fenómeno de la competitividad urbana, el entrevistado identifica un conjunto de países con mayor interés en la temática: Argentina, Brasil, Chile y México, pero con mayor intensidad, Colombia.

“Lo que sí generó, no en el mismo momento en que surgió el ranking, pero después sí generó una discusión tremenda sobre cómo gestionar el territorio, cómo ordenar el territorio, porque ya nos hemos dado cuenta, por lo menos acá en Santiago (de Chile), que dejárselo todo a las fuerzas del mercado no es bueno. Está claro lo que va a buscar el mercado siempre, lo cual no es bueno ni malo, simplemente es... pero no es necesariamente bueno para la gente que vive en la ciudad”.

- f) Cambios y tendencias en los medios de comunicación y en la producción de información especializada (con respecto al año 2000 en que se lanzó el ranking).
- Internet amplía la posibilidad de discutir e informarse sobre temas urbanos.
 - Los rankings ahora están siendo elaborados por múltiples actores, ya no sólo por los medios de comunicación ‘tradicionales’.
 - Se observa un avance económico que no es exclusivo de las grandes ciudades, aparecen en el escenario ciudades medias y pequeñas que participan en los intercambios.
 - Derivado de lo anterior, los habitantes de ciudades (de diferentes tipos y escalas) reclaman mayor información sobre su entorno.

- Hay un mayor ‘empoderamiento’ de los habitantes de la ciudad quienes se involucran en los proyectos a realizarse en la ciudad.
- Se requieren índices y en general, contenidos e información que permitan ordenar y jerarquizar los temas.
- Paradójicamente, los medios ‘tradicionales’ (revistas, periódicos, televisión) generan menos índices y en sus organizaciones escasean los equipos para desarrollar estos ejercicios.

“Creo que esta discusión todavía está a nivel de elite y falta que los medios la incorporen [...] tarde o temprano creo que va a llegar a los medios [...] creo que este es el periodismo que hay que hacer. En los países desarrollados tú tienes este tipo de periodismo, donde el medio es un actor influyente con recursos como para instalar temas, influir en la discusión pública”.

IV.1.2.1. Dimensiones de la economía urbana consideradas en el diseño del ranking de ciudades de la revista AméricaEconomía

Mtro. Luis Felipe Abarca, Socio Director de Digital Town (D-Town)

[...] nos dedicamos un buen rato, primero, a tratar de entender el fenómeno económico urbano y tratar de hacer comparaciones lo más rigurosas posibles. Entonces, en eso nos tardamos un rato, y una vez que estuvimos en eso, comenzamos a pensar y revisar bibliografía para identificar los aspectos relevantes a medir en el tema de negocios.

Por ejemplo, el potencial económico, en términos de PIB urbano, aparecía como una variable relevante. Si una empresa se iba a instalar en un lugar, el potencial económico del lugar le va a interesar y uno lo ve. Grandes ciudades como la Ciudad de México, como Sao Paulo, aparecen como grandes centros económicos, con grandes mercados y donde empresas de muchos sectores quisieran estar.

Pero esa es, por decirlo, una definición de hacer negocio, que está en el mercado para que una empresa pueda comercializar su producto o su servicio, pero luego aparecían otros factores importantes como es la eficiencia urbana. Es decir, ¿hasta qué punto la ciudad cuenta con una infraestructura, con servicios, y con características que hacen eficiente a la empresa que se instale en ese lugar? Por ejemplo, bajo costo si se trata de instalar una oficina, menores costos labores y una serie de elementos que nosotros entendemos como eficiencia de la ciudad en ese sentido.

[...] también había otros factores menos obvios, que fuimos descubriendo, como el tema de la seguridad, que cuando... llega a niveles muy malos, tiene costos importantes sobre los negocios, en términos de que hay que contratar personal de seguridad, blindar el auto y en general los delitos causan pérdidas a las personas y a las empresas.

Otro factor es el caos vial en general, caracterizado con mucho tráfico, en general eso crea costos porque las personas que se quedan inmobilizadas en la ciudad pueden hacer menos cosas de las que podría hacer en una ciudad más pequeña, pero claro, con menos potencial económico, ciertamente. Esa era otra dimensión a destacar: el potencial, la eficiencia. Y la eficiencia versus cualquier cosa, puede disminuir la productividad urbana y de cualquier entidad económica.

Esos eran los dos principales polos de la evaluación, que nosotros buscamos medir a través de distintas cosas, de tasas de delincuencia, del PIB urbano, en el caso del potencial lo veíamos a través de población, PIB urbano, PIB urbano per cápita. Eso es todo el potencial económico de la ciudad y luego la eficiencia, como te decía, gastos en función de la tasa de delincuencia, cantidad de autos por persona, en fin.

Luego, había una tercera dimensión que no apareció el primer año, yo creo que lo mencionamos según recuerdo en el primer artículo, que ya apareció con más fuerza en el segundo año, que era el posicionamiento de la ciudad, que en el fondo son temas muy interesantes, porque descubrimos que las ciudades tienen distintas vocaciones, ya sea de manera natural o premeditada.

Por ejemplo, una ciudad-puerto tiene una vocación natural hacia el comercio internacional, pero también de una manera premeditada con el esfuerzo de las autoridades de la ciudad o de los empresarios de la ciudad, o de ambos —empresarios y autoridades—, se puede potenciar la competitividad de la ciudad en un determinado ámbito, puede ser por ejemplo, tecnología de la información, también, por ejemplo, había ciudades que tenían la vocación natural para los eventos, por ejemplo, que se querían posicionar muy fuertemente en el turismo de este tipo”.

IV.2. Relevancia de Ciudades Mexicanas en el Espacio de Flujos: Ejercicio Comparativo Entre Rankings Globales, Regionales y Nacionales

Esta sección presenta los datos de campo que se recabaron en la fase de análisis comparativo enfocado directamente en la categoría operativa: “**relevancia en el espacio de los flujos** de las ciudades mexicanas (unidades de análisis): Ciudad de México, Monterrey (Nuevo León), Puebla (Puebla) y Querétaro (Querétaro), incorporadas en los rankings difundidos por *The Economist Intelligence Unit* y *AméricaEconomía*”.

Que se deriva de la pregunta de investigación: ¿Qué correlación existe entre la incorporación en los rankings difundidos por *The Economist Intelligence Unit* y *AméricaEconomía* de las ciudades mexicanas: Ciudad de México, Monterrey (Nuevo León), Puebla (Puebla) y Querétaro (Querétaro), y su relevancia en el espacio de flujos?

Y del objetivo: describir la correlación entre la incorporación en los rankings difundidos por *The Economist Intelligence Unit* y *AméricaEconomía* (fuentes documentales), de las ciudades mexicanas: Ciudad de México, Monterrey (Nuevo León), Puebla (Puebla) y Querétaro (Querétaro), y su relevancia en el espacio de flujos.

El ejercicio comparativo realizado con la información cuantitativa recabada consistió en asignar un ‘grado’ de relevancia a las ciudades mexicanas seleccionadas en la investigación, de acuerdo con la posición que ocupan en tres rankings (difundidos por

organizaciones adscritas al ámbito de la prensa económica): *Encuesta Mundial de Costos de Vida 2015* y el *Ranking de Habitabilidad 2015* elaborados por *Economist Intelligence Unit* (una división de la revista *The Economist*) y el *Ranking de las Mejores Ciudades para Hacer Negocios en América Latina 2015* elaborado por *AméricaEconomía Intelligence* (una división de la revista *AméricaEconomía*).

En un segundo momento se busca la correlación entre la relevancia-importancia que asignan los rankings difundidos por *The Economist* y *AméricaEconomía* a las ciudades incorporadas en la muestra (Ciudad de México, Monterrey, Puebla y Querétaro), y la relevancia de estas ciudades en el espacio de flujos, del cual se tendrían como referentes los índices y mediciones de ciudades elaborados por diferentes organizaciones, y que a su vez también asignan un lugar-relevancia a las ciudades de la muestra.

Los índices y mediciones (fuentes documentales) con los que se establece la comparación (en función del grado de relevancia asignado a cada ciudad de la muestra por su posición en el listado) son once: seis globales (en virtud de que incluyen ciudades de todo el mundo), dos regionales (ya que se circunscriben a ciudades latinoamericanas) y tres nacionales (toda vez que miden la competitividad exclusivamente de ciudades mexicanas).

Rankings globales: *Índice de Centros Mundiales de Comercio 2008* (MasterCard); *Índice de Ciudades en la Sociedad Red 2014* (Ericsson); *Estado de la Competitividad Sustentable de 500 Ciudades 2013* (Global Urban Competitiveness Project); *Espacios de Oficinas Alrededor del Mundo. Los Lugares Más Caros 2014* (Cushman & Wakefield); *Ciudades en Movimiento 2014* (Universidad de Navarra); *Índice de Ciudades Globales y Perspectivas de Ciudades Emergentes. Ciudades Globales, Presente y Futuro 2014* (ATKearney).

Los listados regionales (América Latina) son: *Ranking de Ciudades Latinoamericanas para la Atracción de Inversiones 2014* (Universidad del Rosario); *Índice de Ciudades Latinoamericanas Verdes (Sustentables) 2010* (Siemens / Economist Intelligence Unit).

Las mediciones nacionales (México) son: *Índice de Competitividad Urbana 2014* (Instituto Mexicano para la Competitividad-IMCO), *Doing Business en México 2014. Entendiendo las regulaciones para las pequeñas y medianas empresas* (Banco Mundial); *Índice de Competitividad de las Ciudades de México. Versión ampliada 2011* (CIDE).

En la operación para calcular el grado de relevancia y el ejercicio comparativo (de cada ciudad y entre rankings), se asume que: a) el eje temático de cada ranking es distinto, b) los

indicadores, su método de cálculo y asignación de peso varían en cada medición y c) la muestra de ciudades (el total de unidades listadas) es diferente entre un ranking y otro.

Por lo tanto, con este ejercicio se busca determinar el desempeño de las ciudades en distintos tipos de índices para poder establecer, finalmente, si coincide la relevancia asignada a las ciudades tanto por la prensa económica como por las demás organizaciones.

A continuación se presenta el cuadro general con los datos comparativos de los 14 rankings (tres de la prensa económica y 11 de diferentes organizaciones en la escala global, regional y nacional), en las secciones subsecuentes (IV.2.1.1. a la IV.2.1.4) se presentan los cuadros de análisis por cada una de las ciudades, los rankings y las dimensiones del ejercicio comparativo.

IV.2.1. Análisis comparativo de rankings, índices, listados y mediciones.

Ciudades	Rankings Elaborados por Prensa Económica			Rankings Elaborados por Diferentes Organizaciones (Consultorías, Empresas, Organismos Internacionales, Universidades, Fundaciones, Asociaciones Civiles)											Totales	
	Ámbito Global		Ámbito Regional (AL)	Ámbito Global						Ámbito Regional (AL)		Ámbito Nacional (México)			Rankings en los que se incluye a cada ciudad	Promedio de relevancia entre los 14 rankings
	1	2		3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13		
Ciudad de México	50 de 132 MEDIA +	105 de 140 BAJA +	4 de 52 DESTACADA +	54 de 75 BAJA +	30 de 40 BAJA +	173 de 500 MEDIA +	48 de 67 BAJA +	101 de 135 BAJA +	35 de 84 MEDIA +	3 de 51 DESTACADA +	8 de 17 MEDIA +	1 DE 78 DESTACADA +	32 de 32 BAJA -	1 de 74 DESTACADA +	14 de 14	67.5% DESTACADA -
Monterrey	---	---	13 de 52 DESTACADA -	---	---	247 de 500 MEDIA +	---	92 de 135 BAJA +	---	6 de 51 DESTACADA +	9 de 17 MEDIA +	3 de 78 DESTACADA +	16 de 32 MEDIA +	7 de 74 DESTACADA +	8 de 14	42% MEDIA -
Puebla	---	---	26 de 52 MEDIA +	---	---	305 de 500 MEDIA -	---	---	---	19 de 51 MEDIA +	---	23 de 78 DESTACADA -	11 de 32 MEDIA +	19 de 74 DESTACADA +	6 de 14	28% BAJA +
Querétaro	---	---	19 de 52 MEDIA +	---	---	329 de 500 MEDIA -	---	---	---	14 de 51 DESTACADA -	---	3 de 78 DESTACADA +	17 de 32 MEDIA -	4 de 74 DESTACADA +	6 de 14	28% BAJA +

Cuadro 6. Relación de rankings incorporados en el ejercicio comparativo

NÚM.	TÍTULO	ORGANIZACIÓN
1	<i>Worldwide Cost of Living Survey / Encuesta Mundial de Costos de Vida 2015</i>	Economist Intelligence Unit
2	<i>Liveability ranking / Ranking de Habitabilidad 2015</i>	Economist Intelligence Unit
3	<i>Ranking de Las Mejores Ciudades para Hacer Negocios en América Latina 2015</i>	AméricaEconomía Intelligence
4	<i>Worldwide Centers of Commerce Index / Índice de Centros Mundiales de Comercio 2008</i>	MasterCard
5	<i>Networked Society City Index / Índice de Ciudades en la Sociedad Red 2014</i>	Ericsson
6	<i>The State of Sustainable Competitiveness of 500 Cities / Estado de la Competitividad Sustentable de 500 Ciudades 2013</i>	Global Urban Competitiveness Project
7	<i>Office Space Across the World-Most Expensive Locations / Espacios de Oficinas en todo el Mundo-Los Lugares Más Caros 2014</i>	Cushman & Wakefield
8	<i>Cities in Motion / Ciudades en Movimiento Índice 2014</i>	Universidad de Navarra / IESE Business School
9	<i>Global Cities Index and Emerging Cities Outlook. Global Cities, Present and Future / Índice de Ciudades Globales y Perspectivas de Ciudades Emergentes. Ciudades Globales, Presente y Futuro 2014</i>	ATKearney
10	<i>Ranking de Ciudades Latinoamericanas para la Atracción de Inversiones 2014</i>	Universidad del Rosario (Colombia)
11	<i>Latin American Green City Index/ Índice de Ciudades Latinoamericanas Verdes (Sustentables) 2010</i>	Siemens / Economist Intelligence Unit
12	<i>Índice de Competitividad Urbana 2014</i>	Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO)
13	<i>Doing Business en México 2014. Entendiendo las regulaciones para las pequeñas y medianas empresas</i>	Banco Mundial (BM)
14	<i>Índice de competitividad de las Ciudad de México Versión Ampliada 2011 (ICCM-CIDE 2011)</i>	Centro de Investigación y Docencia Económica (CIDE)

IV.2.1.2. Análisis comparativo de rankings, índices, listados y mediciones globales elaborados por distintas organizaciones

MasterCard	Ericsson	Global Urban Competitiveness Project
<i>Worldwide Centers of Commerce Index / Índice de Centros Mundiales de Comercio 2008*</i>	<i>Networked Society City Index / Índice de Ciudades en la Sociedad Red 2014*</i>	<i>The State of Sustainable Competitiveness of 500 Cities / Estado de la Competitividad Sustentable de 500 Ciudades 2013*</i>
Ciudad de México de 54 de 75 BAJA +	Ciudad de México de 30 de 40 BAJA +	San José 3 Miami 54 Ciudad de México 173 Lima 217 Buenos Aires 223 Monterrey 247 Montevideo 271 Santo Domingo 304 Puebla 305 San Luis Potosí 307 Ciudad Juárez 322 Querétaro 329 San Juan 333
Londres 1 Amsterdam 10 Miami 29 Génova 40 Santiago 53 Mexico City = 54 Sao Paulo 56 Bogotá 62 Buenos Aires 63 Rio de Janeiro 65 Caracas 75	Estocolmo 1 Copenhague 5 Tokyo 10 Miami 15 Varsovia 20 Sao Paulo 25 Johannesburgo 29 Mexico City = 30 Buenos Aires 31 El Cairo 35 Daca 40	MEDIA + MEDIA + MEDIA - MEDIA -
Ciudad de México, con relevancia baja + a nivel global, pero de las mejor posicionadas con relación a ciudades de América Latina junto con Santiago.	Ciudad de México, con relevancia baja + en el espacio de flujos de la sociedad red.	En el plano global, dentro de una muestra amplia, la relevancia de las ciudades mexicanas seleccionadas para el estudio es media .
*Evalúa 75 ciudades alrededor del mundo, a partir de 7 dimensiones: Marco político y legal, Estabilidad económica, Facilidades para negocios, Flujos financieros, Centros de negocios, Flujos de información y creación de conocimiento, Calidad de vida y habitabilidad. Estas dimensiones se desagregan en 74 sub-indicadores. MasterCard señala que las dimensiones en conjunto, abarcan el núcleo funcional y los rasgos de un Centro Mundial de Comercio.	*Mide el rendimiento de 40 ciudades a partir de dos perspectivas: madurez en Tecnologías de Información y Comunicación (en tres dimensiones: infraestructura, asequibilidad y utilización) y el desarrollo urbano sustentable (en tres dimensiones: social, económico y ambiental). El ranking se complementa con indicadores de igualdad y mejora la medición de gobierno electrónico y acceso a banda ancha móvil.	*El índice mide la capacidad de 500 ciudades para lograr un desarrollo que atienda al concepto de <i>competitividad urbana sostenible</i> , entendida como la capacidad de una ciudad para promover sus ventajas en tecnología, economía, sociedad, medio ambiente, cultura, gestión y conexiones globales, para la búsqueda de su optimización sistemática, con el fin de satisfacer continuamente las complejas y exigentes necesidades de bienestar social de los ciudadanos. Una ciudad cuyo desarrollo se promueve bajo los parámetros de la <i>competitividad sostenible</i> sintetiza la naturaleza de las ciudades del o para el futuro. En el listado se incluyen 187 ciudades de Asia, 136 de Europa, 107 del Norte de América, 33 de África, 28 del Sur de América y 9 en Oceanía.

Cushman & Wakefield		Universidad de Navarra / IESE Business School		ATKearney	
<i>Office Space Across the World-Most Expensive Locations / Espacios de Oficinas en todo el Mundo-Los Lugares Más Caros 2014*</i>		<i>Cities in Motion / Ciudades en Movimiento Índice 2014*</i>		<i>Global Cities Index and Emerging Cities Outlook. Global Cities, Present and Future / Índice de Ciudades Globales y Perspectivas de Ciudades Emergentes. Ciudades Globales, Presente y Futuro 2014*</i>	
Ciudad de México	de 48 de 67 BAJA +	Monterrey	92 de 135 BAJA +	Ciudad de México	35 de 84 MEDIA +
Londres 1 Tokyo 5 Rio de Janeiro 7 Génova 15 Dublin 25 Caracas 34 Bogotá 35 Buenos Aires 46 Mexico City =48 Santiago 50 Lima 56 Quito 64 Sandton 67	Ciudad de México	101 de 135 BAJA +	Nueva York 1 Washington 10 Buenos Aires 20 Miami 29 Sao Paulo 34 Ciudad de México 35 Bogotá 52 Rio de Janeiro 56 Santiago 58 Lima 61 Caracas 67 Ciudad de Cabo 71 Kinshasa 83		
Ciudad de México, cuenta con espacios de oficina con bajo costo a nivel global, y se ubica dentro del promedio regional .	Monterrey y Ciudad de México, con relevancia baja + en el ámbito global, y relevancia alta en el ámbito regional.		En el plano global, dentro de una muestra de ciudades globales, la relevancia de la Ciudad de México en el estudio es media + .		
*El objetivo del listado es reflejar el funcionamiento del mercado de alquiler de oficinas y los costos de ocupación en todo el mundo, incluyendo una relación de las ciudades en donde es más costoso ocupar un espacio de oficina. Incluye un informe a profundidad sobre los mercados regionales de renta y ocupación, así como una lista detallada de datos de cada ciudad.	*Evalúa 135 ciudades en relación con diez dimensiones clave para arribar al concepto de <i>ciudad inteligente</i> (que permita alcanzar un tipo diferente de desarrollo económico local): Gobernanza, Planificación urbana, Gestión pública, Tecnología, Medioambiente, Proyección internacional, Cohesión social, Movilidad y transporte, Capital humano, y Economía.		*Evalúa la capacidad de integración global de 84 ciudades en todos los continentes, para medir el grado de involucramiento global utiliza 26 indicadores agrupados en cinco dimensiones: actividad de negocios, capital humano, intercambio de información, experiencia cultural y compromisos políticos. De acuerdo esta medición, la integración global de las ciudades se encuentra íntimamente ligada con la economía y el desarrollo humano. Las ciudades globales pueden generar beneficios que se extienden más allá de sus límites territoriales si generan un entorno que disemina, atrae y retiene talento, negocios, ideas y capital.		

IV.2.1.4. Análisis comparativo de rankings, índices, listados y mediciones nacionales (México) elaborados por distintas organizaciones

Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO)		Banco Mundial (BM)		Centro de Investigación y Docencia Económica (CIDE)	
<i>Índice de Competitividad Urbana 2014*</i>		<i>Doing Business en México 2014. Entendiendo las regulaciones para las pequeñas y medianas empresas*</i>		<i>Índice de competitividad de las Ciudad de México Versión Ampliada 2011 (ICCM-CIDE 2011)*</i>	
ZMVM 1 Querétaro 3 Monterrey 4 ZM Puebla 23 DE 78	DESTACADA + DESTACADA + DESTACADA + DESTACADA -	Puebla 11 Monterrey 16 Querétaro 17 Cd de Méx 32 DE 32	MEDIA + MEDIA + MEDIA - BAJA -	Cd. De México 1 Querétaro 4 Monterrey 7 Puebla 19 DE 74	DESTACADA + DESTACADA + DESTACADA + DESTACADA -
A nivel nacional, todas las ciudades seleccionadas para el estudio cuentan con una relevancia destacada + .		La Ciudad de México, cuenta con una calificación baja en materia de facilidades para hacer negocios. El resto de las ciudades elegidas para el estudio, en el plano nacional, cuentan con una calificación predominantemente media .		Las ciudades seleccionadas para el estudio tienen una relevancia destacada + en el plano nacional.	
*Mide la capacidad de las 78 zonas metropolitanas más importantes del país (en su conjunto concentran a 64% de la población nacional), para atraer y retener inversiones y talento, a partir de 90 indicadores, categorizados en 10 subíndices: sistema de derecho confiable y objetivo; manejo sustentable del medio ambiente, sociedad incluyente, preparada y sana; sistema político estable y funcional; gobiernos eficientes y eficaces; mercado laboral; economía estable; sectores económicos precursores; aprovechamiento de las relaciones internacionales; innovación en los sectores económicos.		*Mide la forma en la cual las regulaciones de los 32 estados del país fomentan la actividad empresarial o la restringen. Se analizan las regulaciones que afectan a 4 etapas de la vida de una empresa: apertura de una empresa, obtención de permisos de construcción, registro de la propiedad y cumplimiento de contratos. Los indicadores fueron seleccionados debido a que cubren áreas de competencia municipal o estatal. Con los indicadores se analizan los resultados económicos de las regulaciones.		*Mide la capacidad de 78 zonas metropolitanas mexicanas para configurar un ámbito que en términos sociales, tecnológicos, medio ambientales y de gobierno, posibilite el desarrollo socioeconómico, así como el estímulo a la inserción de los territorios en los circuitos globales y las interacciones financieras, comerciales y de manufactura. “El cálculo del índice se basa en un método de análisis factorial. Este método permite aislar diversas dimensiones dentro de un grupo de variables relacionadas entre sí [...] El análisis factorial se utiliza en cuatro subíndices, a los cuatro les llamamos componentes: económico, institucional, sociodemográfico y urbano-ambiental” (Cabrero, 2013, p. 39).	

IV.3. Resultados de la Información Obtenida en Campo

Con respecto a la primera línea de investigación (papel de los rankings de ciudades difundidos por *The Economist Intelligence Unit* y *Américaeconomía*, en el proceso de diseño e implementación de políticas públicas locales en materia de competitividad urbana), datos cualitativos (entrevistas):

- Los actores sociales identificaron que durante el proceso de las políticas públicas los rankings de ciudades juegan un papel, el cual es indistinto entre las mediciones elaboradas por la prensa económica y las elaboradas por otro tipo de organizaciones.
- Es decir, no hay un papel o distinción particular para los rankings elaborados por la prensa económica, a la que en algunas ocasiones le confieren únicamente un tipo de visibilidad diferente al que tienen los rankings elaborados por otras organizaciones.
- El papel que juegan los rankings de ciudades en el proceso de las políticas públicas es como: indicador, datos o termómetro; son importantes, útiles y válidos; se toman en cuenta como punto de referencia para el diagnóstico y datos para la toma de decisiones.
- Los rankings permiten: hacer comparaciones (*benchmark*), ordenar el mercado; identificar: áreas de oportunidad, escenarios, temas prioritarios; mejorar resultados y analizar cómo las metrópolis contemporáneas sortean los desafíos que se les presentan.
- Sin embargo, los entrevistados expresaron críticas, consideraciones y reservas con respecto a los rankings, ya que: no presentan una medición integral de la competitividad urbana (aunque asumen que tampoco es su función-objetivo); el ejercicio (basado en seleccionar y listar) involucra omisiones; por último, algunos indicadores pueden ser demasiado generales y en ocasiones parciales.
- Entre los indicadores necesarios para medir la competitividad urbana, los entrevistados mencionaron (en común): seguridad, eficacia y transparencia en la gestión local (perspectiva anticorrupción), generación de conocimiento, niveles educativos, capacitación para el trabajo, equidad (distribución), bienestar social y calidad de vida.
- Los rankings tienen un papel diferenciado, por cada ciudad, experiencia y procesos.
- Entre las perspectivas de los entrevistados acerca de la medición de la competitividad urbana se encuentran: la dimensión física de la ciudad, la vocación económica del territorio, la importancia de que los rankings sean reconocidos (validados) por el

entorno, el papel relativo que tiene la percepción en la toma de decisiones (de inversión o visita) y el lugar de la ciudad en redes económicas, financieras y sectoriales.

- Los rankings que mencionaron los entrevistados como referente son: *Doing Business* (del Banco Mundial) y en *Índice de Competitividad Urbana* (del IMCO).
- El ranking de la revista *AméricaEconomía* se concibió para medir la competitividad de las ciudades como un entorno para hacer negocios.
- Las dimensiones de la economía urbana y la ciudad como entorno para hacer negocios considerados en el diseño inicial del ranking de la revista *AméricaEconomía* fueron: potencial económico (en términos de PIB urbano), eficiencia urbana, seguridad, movilidad y posicionamiento (a partir de la vocación de la ciudad).
- En el momento que se concibe el proyecto de ranking (año 2000), las economías locales venían adquiriendo un mayor protagonismo; las pautas de competencia económica eran marcadas ya no tanto por países sino por ciudades, la integración comercial-económica a nivel regional (con el modelo de la Unión Europea) se observaba como una tendencia, lo cual resultaba novedoso al menos en América Latina.
- El ranking de ciudades de *AméricaEconomía*, de acuerdo con el testimonio del responsable inicial del proyecto: permitió (como ocurre con otros rankings) ordenar el mercado; generó una discusión en torno a la importancia de la gestión del territorio; incidió en el diseño de políticas públicas con los sectores público y privado (en la perspectiva del posicionamiento y el *city marketing*); incorporó en la región temas como el *diferencial de la ciudad* (Philip Kotler) y *la atracción de talento* (Richard Florida); visibilizó un entorno donde gobiernos de ciudades medias y pequeñas comenzaron a realizar acciones orientadas a participar en mercados regionales específicos.
- Una sugerencia para las ciudades medias y pequeñas que busquen figurar en rankings y mediciones, es contar con números y estadísticas (una suite de información firmemente sustentada) acerca de su desempeño en áreas y sectores clave de la economía, ya que estos datos pueden ofrecerse a los editores y equipos de analistas que participan en la elaboración de los rankings que elaboran diferentes organizaciones.

Con respecto a la segunda línea de investigación (correlación entre la incorporación en los rankings difundidos por *The Economist Intelligence Unit* y *AméricaEconomía*, de las ciudades mexicanas: Ciudad de México, Monterrey, Puebla y Querétaro, y su relevancia en el espacio de flujos), ejercicio empírico-comparativo entre rankings:

- La relevancia de las ciudades mexicanas (Ciudad de México, Monterrey, Puebla y Querétaro) asignada por los rankings de la prensa económica, coincide con la asignada en los rankings elaborados por diferentes tipos de organizaciones.
- El promedio obtenido por las ciudades mexicanas (Ciudad de México, Monterrey, Puebla y Querétaro) en este ejercicio (derivado de los lugares que se les confiere en los 14 rankings analizados y comparados), no es concluyente de su relevancia (como nodos) en el espacio de los flujos, sin embargo constituye una primera aproximación que requiere mayores datos que enriquezcan una medición de este tipo.
- Se requiere conjuntar mayores datos sobre las interacciones e intercambios (tangibles e intangibles) de las ciudades en el espacio de los flujos para tener un punto de referencia más sólido sobre su relevancia como nodos, en comparación con los resultados mostrados por las mediciones elaboradas por la prensa económica

Perspectivas generales:

- La Ciudad de México es la única que aparece en las 14 mediciones; Monterrey no fue incorporada en 4 (de 6) mediciones globales sin embargo aparece en todos los índices regionales; Puebla y Querétaro están consideradas en menos de la mitad de los rankings (en 6 de 14), un ranking global (con una muestra de 500 ciudades) y otro regional.
- Con excepción de la Ciudad de México, las ciudades mexicanas son incorporadas con menor frecuencia en las mediciones globales de competitividad urbana y con mayor frecuencia en los rankings regionales.

Aspectos particulares:

- La Ciudad de México tiene una relevancia **baja** + en el ámbito global, y **destacada** en los planos regional y nacional. Cuenta con una fuerte presencia (visibilidad) global, regional y nacional ya que aparece en todas las mediciones que se revisaron. Dos de las 11 mediciones analizadas discrepan (asignándole una relevancia menor) con respecto a los rankings de la prensa económica. El promedio de relevancia derivado de los 14

rankings es: **destacada (con un porcentual del 67.5%)** en virtud de su presencia en todas las mediciones.

- La ciudad de Monterrey (Nuevo León) tiene una relevancia **baja** en el ámbito global (aparece en 2 de ocho mediciones globales), y **destacada** en los planos regional y nacional. Cuenta con una fuerte presencia (visibilidad) regional y nacional ya que aparece en todas las mediciones de estos ámbitos que se revisaron (obteniendo lugares destacados). Cuatro de las 11 mediciones analizadas discrepan (asignándole una relevancia menor) con respecto al ranking regional de la prensa económica. El promedio de relevancia derivado de los 14 rankings es: **media - (con un porcentual del 42%)** en virtud de que no fue incluida en 6 de los ocho rankings globales y la discrepancia en las posiciones asignadas en todos los rankings (el rango de las posiciones asignadas de un índice a otro no son homogéneas).
- La ciudad de Puebla (Puebla) tiene una relevancia **baja -** en el ámbito global (aparece en 1 de ocho mediciones globales), **media** en el plano regional y **destacada** a nivel nacional. Cuenta con presencia nacional ya que aparece en las posiciones 11 a la 23 en las mediciones de este ámbito que se revisaron. Solamente una de las 11 mediciones analizadas discrepa (asignándole una relevancia ligeramente menor) con respecto al ranking regional de la prensa económica. El promedio de relevancia derivado de los 14 rankings es: **baja + (con un porcentual del 28%)** ya que fue incluida en uno de los ocho rankings globales.
- La ciudad de Querétaro (Querétaro) tiene una relevancia **baja -** en el ámbito global (aparece en una de ocho mediciones globales), **media +** en el regional y **destacada** a nivel nacional. Cuenta con una fuerte presencia nacional ya que aparece en las posiciones 3 a la 17 en las mediciones de este ámbito que se revisaron. Solamente una de las 11 mediciones analizadas discrepa (asignándole una relevancia ligeramente menor) con respecto al ranking regional de la prensa económica. El promedio de relevancia derivado de los 14 rankings es: **baja + (con un porcentual del 28%)** ya que fue incluida en uno de los ocho rankings globales.

Conclusiones

Como resultado del trabajo de investigación realizado, se considera necesario potenciar la capacidad de los rankings de ciudades para vehicular de manera transversal la información y los debates en torno a la idea o concepto de ciudad contemporánea, para fomentar la generación de mediciones que incorporen variables provenientes de la dimensión social, multicultural y participativa del tejido urbano.

En este sentido, es pertinente impulsar una nueva etapa de rankings, índices, listados y mediciones de ciudades que contribuyan, a partir de una estrategia de comunicación que aproveche los recursos presentes en el ecosistema de medios, en la construcción de consensos sociales y se articulen con instancias ciudadanas de seguimiento y evaluación de políticas públicas locales, a través del aprovechamiento de los datos (datos masivos y metadatos) y la información generada por los sistemas públicos y privados que operan en la ciudad para alimentar indicadores sistematizados que coadyuven en el diseño de planes, programas y estrategias que promuevan la inclusión social, la productividad, la prosperidad, el desarrollo equitativo, los marcos regulatorios eficientes, la superación de la pobreza, la fragmentación y la marginación urbana.

A continuación se expondrán las conclusiones a las que se arribó, traduciendo los ejes de análisis en *ideas eje* o posturas propias derivadas del estudio realizado:

- Los orígenes tanto de la prensa económica como de los rankings se encuentran vinculados con la consolidación del mercantilismo, el capitalismo comercial y financiero, que se desarrolla en la Edad Moderna, durante los siglos XVI-XVIII en Europa.
- Las principales características de la evolución de los rankings de ciudades en los últimos 35 años son: expansión de la agenda temática y conceptual, así como diversificación de actores sociales involucrados en el desarrollo de indicadores.
- Los rankings, índices, listados y mediciones son susceptibles de considerarse como una parte de la agenda para la ciudadanización de la evaluación y seguimiento o monitorización del desempeño de los gobiernos locales, ya que pueden aportar contenidos y referentes a esta modalidad de acción desde la sociedad civil.

- Se debe considerar a las ciudades como sistemas generadores de información en todos los niveles: esfera pública y privada, por lo que preceptos asociados con big data, minería de datos o procesamiento de metadatos se deben relacionar con el de plataformas colaborativas, transparencia e inclusión ciudadana en la web 2.0 y más allá, a través de consejos que velen por la regulación y aprovechamiento de los datos que generan los habitantes en la ciudad.
- Los datos de carácter cualitativo recabados en la presente investigación entre una muestra de expertos, permiten establecer que en el marco del diseño, implementación y evaluación de las políticas públicas locales en materia de competitividad urbana, los rankings de ciudades juegan un papel como indicador, datos o termómetro.
- Resulta pertinente promover la elaboración de índices de ciudades que coadyuven en la construcción de los consensos sociales y las innovaciones conceptuales, siendo complementados por estrategias de comunicación que optimicen los recursos de información disponibles en el actual ecosistema de medios.
- Los rankings pueden contribuir o activar la deliberación pública de la agenda urbana; son una parte de los argumentos o diagnósticos que sustentan opiniones, discursos, percepciones, debates o consensos; son un contenido que vehiculiza de manera transversal información para la discusión social o para el proceso de las políticas públicas locales.
- Los consorcios multimediáticos son actores de gran relevancia para la gestión urbana, participan con inversiones y generan contenidos e información que constituyen una de diversas fuentes con las que los actores sociales llevan a cabo la toma de decisiones.
- La relevancia de las ciudades mexicanas (Ciudad de México, Monterrey, Puebla y Querétaro) asignada por los rankings de la prensa económica, coincide con la asignada en los rankings elaborados por diferentes tipos de organizaciones, aunque es necesario conjuntar mayores datos sobre las interacciones e intercambios tangibles e intangibles de las ciudades en el espacio de los flujos para tener un punto de referencia más sólido sobre su relevancia como nodos, en comparación con los resultados mostrados por las mediciones elaboradas por la prensa económica.

Entre las principales características y riqueza que presenta el estudio de los fenómenos sociales vinculados con la ciudad, se encuentra la articulación de las dimensiones simbólica y material, en algunas ocasiones pueden coexistir ambas en un mismo fenómeno aunque de acuerdo con el contexto puede expresarse con mayor claridad alguna de las dos o una sola.

En todo caso, las operaciones en el espacio-territorio de las ciudades contemporáneas digital y mediáticamente *aumentado* (McQuire, 2010) con la preminencia de las tecnologías de comunicación e información, cuyo desarrollo en los últimos 10 años ha sido sobresaliente en cuanto a sistemas georeferenciales y otras aplicaciones colaborativas, de monitorización social, servicios o entretenimiento que *fusionan los bits con los ladrillos* (Ratti & Nabian, 2010), apuntan a expresarse en ambas dimensiones: una material con manifestaciones en el plano físico-funcional de la ciudad, y otra simbólica abarcando la cultura, los significados y la comunicación (Giménez, 2000).

Este sería el carácter del objeto de estudio abordado en la presente investigación, orientada a establecer y en su caso describir el papel de los rankings de ciudades publicados por la prensa económica, tanto en el diseño-implementación de políticas públicas locales como en la monitorización de la relevancia de las ciudades como nodos en el espacio de flujos.

Hay una dimensión físico-territorial del fenómeno analizado: los cambios en la morfología de los territorios para hacerlos competitivos o aptos para *hacer negocios*, turismo o inversiones, que también se manifiesta en un plano simbólico, a partir de conceptos, indicadores y datos que conforman un ‘modelo’ de *ciudad contemporánea competitiva*, lo cual se traduce en un tipo de contenido específico: el *ranking*, que es elaborado por diferentes organizaciones—no sólo las pertenecientes a la prensa económica, aunque estas conservan gran parte de los índices con mayor visibilidad—y que se difunde a través de múltiples plataformas mediáticas y digitales.

Los orígenes tanto de la prensa económica como de los rankings se encuentran vinculados con la consolidación del mercantilismo, el capitalismo comercial y financiero, que se desarrolla en la Edad Moderna, durante los siglos XVI-XVIII en Europa.

Los rankings evolucionaron de listas de precios para los embarques y el comercio marítimo a índices de precios y cotizaciones en el mercado de valores internacional, finalmente se

consolidaron como uno de los contenidos característicos de las revistas especializadas en economía y finanzas al caracterizar y evaluar diferentes tipos de unidades: empresas, universidades, ciudades, entre otras.

Es a partir de la década de los ochenta cuando la prensa económica comienza a publicar rankings de ciudades, desde ese momento y hasta la fecha los principales conceptos e indicadores que consideran los listados han cambiado de acuerdo con la agenda de la gestión urbana, el contexto de demandas sociales y los discursos predominantes en la política del desarrollo socioterritorial.

Durante los años ochenta las ciudades eran evaluadas a partir de su peso demográfico (tamaño de la metrópoli en función del número total de habitantes) y económico (Producto Interno Bruto anual); en la década de los noventa se volvieron importantes los datos relacionados con desarrollo humano (IDH), ingresos, costos de vida y medio ambiente.

En la primera década del año 2000 los ejercicios se centraron en aspectos como: calidad de vida, sostenibilidad, atracción de talento, facilidad para hacer negocios, mercado laboral y desarrollo profesional. Hacia 2010 cobran importancia indicadores cada vez más variados como: competitividad, calidad de la gestión local, felicidad, multiculturalismo, mercado inmobiliario, oferta cultural y de entretenimiento, manejo de los recursos energéticos, conectividad e integración global.

Aunado a los criterios que ya se han enumerado, actualmente las mediciones dan cuenta de la *emergencia* de conceptos susceptibles de materializarse en indicadores y criterios de medición-monitorización como: ciudades inteligentes, globales, digitales o de la sociedad red, resiliencia, *metabolismo urbano* y *ecología política* (Álvarez & Delgado, 2014).

Hoy en día, los rankings de ciudades son producidos por diversos tipos de organizaciones: fundaciones, organismos internacionales, centros de investigación, universidades, asociaciones civiles, firmas de consultoría, medios de comunicación.

Las principales características de la evolución de los rankings de ciudades en los últimos 35 años son: expansión de la agenda temática y conceptual, así como diversificación de actores sociales involucrados en el desarrollo de indicadores.

La deliberación social que han venido vehiculizando o articulando los rankings ha tenido un corrimiento desde los criterios de peso demográfico y funcionalidad económica, hasta la integración de variables sociales, ambientales y tecnológicas.

De manera paralela, otros debates sobre los efectos del sistema económico-financiero en el tejido urbano como el que representa el concepto del *derecho a la ciudad* (HIC-AL, 2011; Lefebvre, 1978) o las *ciudades rebeldes* (Harvey, 2013), permiten advertir la discusión que se da en diferentes planos sobre el modelo de ciudad contemporánea, o bien, en una perspectiva que vaya más allá del *modelo*—si se considera que este refiere a la ciudad como un elemento estático o abstracto, cuando es dinámico y material—se expresaría como *‘la ciudad que queremos’* o *‘la ciudad que soñamos’*.

Los rankings, índices, listados y mediciones son susceptibles de considerarse como una parte de la agenda para la ciudadanización de la evaluación y seguimiento o monitorización del desempeño de los gobiernos locales, ya que pueden aportar contenidos y referentes a esta modalidad de acción desde la sociedad civil.

Se considera pertinente impulsar desde una visión integral la *‘nueva etapa’* de rankings de ciudades, a partir de su articulación con observatorios metropolitanos como instancias ciudadanas donde confluyan universidades, centros de investigación, fundaciones u organismos internacionales, para desarrollar indicadores, conceptos y temas que amplíen aún más la oferta de rankings y abarcar o relacionar aspectos tales como: equidad social, distribución de la riqueza, certidumbre jurídica o productividad, entre otros que se identifiquen como elementos clave para disminuir o erradicar la marginación, fragmentación, polarización y las formas que adopta la violencia social en las ciudades.

Dentro de la deliberación pública vehiculizada por los rankings, es fundamental propiciar la incorporación de indicadores que ofrezcan una perspectiva integral acerca ya no solamente de la competitividad de las ciudades que al ser vistas como nodos que se sintetizan en unidades de análisis o muestra, sino de las posibilidades que ofrecen tanto a sus habitantes en el entorno local como a las ciudades con las que interactúan global o regionalmente, de capitalizar la apuesta máxima de los entornos urbanos como construcciones civilizatorias para el desarrollo del conocimiento, la innovación, la prosperidad y la equidad.

Las acciones de información y comunicación para la difusión de índices y mediciones de competitividad urbana alternativos a los predominantes, se fundamenta en la revisión de los casos analizados y el abordaje de las dinámicas de comunicación e información contemporáneas desde la perspectiva teórico-conceptual del *ecosistema de medios* (Scolari, 2008; 2009; junio de 2010; marzo-junio de 2010; 2012; 2015).

El concepto *alternativo* se refiere a mediciones que consideren diferentes componentes relacionados con la dimensión social de las ciudades, los mecanismos de participación, deliberación y generación de consensos, aunados a los de productividad, marco para las inversiones, gobernabilidad y andamiaje jurídico-regulatorio, y otros más que el trabajo de un observatorio ciudadano pueda determinar, para desarrollar un diálogo social apoyado en diferentes plataformas y lenguajes presentes en el ecosistema de medios.

Se debe considerar a las ciudades como sistemas generadores de información en todos los niveles: esfera pública y privada, por lo que preceptos asociados con big data, minería de datos o procesamiento de metadatos se deben relacionar con el de plataformas colaborativas, transparencia e inclusión ciudadana en la web 2.0 y más allá, a través de consejos que velen por la regulación y aprovechamiento de los datos que generan los habitantes en la ciudad, para su utilización en la construcción información, índices e indicadores para la mejor orientación de las políticas públicas a nivel local, aquí radicaría otra parte de la perspectiva alternativa que se propone para un plan de comunicación, que fungiría también como una de las herramientas para los consensos y el acuerdo social.

Los datos de carácter cualitativo recabados en la presente investigación entre una muestra de expertos, permiten establecer que en el marco del diseño, implementación y evaluación de las políticas públicas locales en materia de competitividad urbana, los rankings de ciudades juegan un papel como indicador, datos o termómetro.

Los expertos—funcionarios públicos—entrevistados, actores sociales a cargo de la toma de decisiones y la interlocución con diferentes sectores involucrados en las actividades económicas de una ciudad, los consideran *importantes, útiles y válidos* como ejercicios que contribuyen en la identificación de un *estándar de comparación o punto de referencia*.

De acuerdo con los testimonios proporcionados, el papel de los rankings no está diferenciado entre los índices elaborados por la prensa económica y los que desarrollan otro

tipo de organizaciones, por lo que el rol del ranking en el proceso de las políticas públicas es indistinto a la organización que lo elabora, lo anterior implica que los índices publicados por la prensa económica si bien se reconoce que pueden tener una mayor visibilidad, son valorados de igual forma que los elaborados por organismos, fundaciones, consultorías o centros de investigación.

Los expertos refieren que los rankings son valorados en función del tema o concepto en el que se enfocan, la metodología, el diseño de los indicadores, las variables presentes en los indicadores, la amplitud de la muestra y finalmente, el *consenso tácito* entre un circuito de expertos y actores sociales respecto a su capacidad para *reflejar una medición lo más integral posible* del desempeño de las ciudades.

La determinación de qué rankings o mediciones de ciudades son los más representativos o importantes en el diagnóstico de la competitividad urbana no es un acuerdo formal o explícito entre actores sociales o circuitos de especialistas, se da a partir de los diálogos y la deliberación en espacios políticos, académicos y de socialización de los debates—en distintas escalas—sobre la ciudad contemporánea *ideal*.

En virtud de la diversificación de ejercicios y organizaciones a cargo de la elaboración de los índices—junto con los que cada año publica la prensa económica—, es posible advertir que conforme se incorporen nuevos conceptos de ciudad en el debate, se amplía el margen para que nuevos tipos de mediciones incidan tanto en la deliberación social de la idea de ciudad contemporánea, como en los diagnósticos a considerarse en el diseño de las políticas públicas locales en la materia.

Es en este sentido que ***resulta pertinente promover la elaboración de índices de ciudades que impliquen amplios consensos sociales, innovaciones conceptuales y estrategias de comunicación que optimicen los recursos de información disponibles en el actual ecosistema de medios.***

Los funcionarios públicos locales entrevistados también expresaron críticas, consideraciones y reservas con respecto a los rankings, ya que en su opinión en ocasiones pueden no presentar una medición integral de la competitividad urbana, aunque asumen que tampoco sería su principal función u objetivo, asimismo, señalaron que el ejercicio basado

en seleccionar y listar involucra omisiones, por último, algunos indicadores pueden ser demasiado generales o incurrir en la parcialidad.

El ranking ciudades de la revista *AméricaEconomía*, de acuerdo con el testimonio del responsable inicial del proyecto, se concibió para medir la competitividad de las ciudades en su carácter de entorno para *facilitar y/o hacer negocios*. El índice, en la opinión de Felipe Abarca, a nivel regional habría *permitido ordenar el mercado*, además de generar una discusión en torno a la importancia de la gestión del territorio, y lo más importante, incidió en el diseño de políticas públicas al permear entre los sectores público y privado, desde la perspectiva del posicionamiento y el *city marketing* (Anholt, 2010).

Durante la entrevista sobre la conceptualización y desarrollo del listado *La mejores ciudades para hacer negocios en América Latina* de la revista *AméricaEconomía*, se expuso que esta medición contribuyó en la discusión sobre las metrópolis del continente incorporado temas como el *diferencial de la ciudad* acuñado por Philip Kotler y la *atracción de talento* promovido por Richard Florida; asimismo, visibilizó un entorno donde gobiernos de ciudades medias y pequeñas comenzaron a realizar acciones orientadas a participar en mercados regionales específicos.

Los rankings pueden, contribuir con o activar, la deliberación pública de la agenda urbana; son una parte de los argumentos o diagnósticos que sustentan opiniones, discursos, percepciones, debates o consensos; son un contenido que vehiculiza de manera transversal información para la discusión social o para el proceso de las políticas públicas locales.

El ranking de ciudades no es un proceso, es un contenido o pieza de información que se articula—junto con otros elementos—transversalmente a procesos como el de las políticas públicas locales, las variables socio-territoriales propias de las metrópolis, la economía local, la competitividad urbana o las interacciones entre nodos en el espacio de flujos.

En las tres ciudades que funcionarían como nodos globales para el mercado de capitales a partir de la segunda mitad del siglo XX (Londres, Tokio y Nueva York), surgen y se consolidan los tres ‘grandes periódicos’, calificados así debido a sus cuantiosos tirajes y su presencia internacional a través de la participación en proyectos editoriales locales o

regionales, especializados en economía y finanzas: *Financial Times* (Londres, 1888), *Wall Street Journal* (Nueva York, 1889) y *Nihon Keizai Shinbun* (Tokio, 1945), que representarían un modelo para otras publicaciones alrededor del mundo.

Cuadro 7. Interrelaciones transversales entre rankings de ciudades, prensa económica, competitividad urbana y sociedad red

Rankings	Prensa económica	Competitividad urbana	Sociedad red
Listas de precios y embarques (Venecia, Amberes, Amsterdam, Frankfurt, Hamburgo, 1500) Café de Edward Lloyd (1688) <i>Lloyd's List</i> (Londres, 1692)	Imprenta (1456) <i>Hollantsche Mercurius</i> (1651) y <i>Amsterdamse Mercurius</i> (1663) <i>Course of Exchange</i> (1697) <i>Jornal Económico Mercantil de Veracruz</i> (1806)	Mercantilismo y capitalismo comercial (siglos XVI-XVIII) Economías preindustriales Nacimiento de la economía mundo	Redes de comercio marítimo entre ciudades e imperios Antigüedad: Egipto-Fenicia. Liga Hanseática (1200) 'Descubrimientos' (1492-1581)
Índices de precios y cotizaciones de las bolsas de valores: Dow Jones, <i>Wall Street Journal</i> , Nueva York (1884) FTSE, <i>Financial Times</i> , Londres (1935) Nikkei, <i>Nihon Keizai Shinbun</i> , Tokio (1949) Ranking empresas, <i>Fortune</i> (EUA, 1955)	<i>Financial Times</i> (1888), <i>Wall Street Journal</i> (1889) y <i>Nihon Keizai Shinbun</i> (1945). Telégrafo eléctrico (1837) <i>The Economist</i> (1843) <i>Reuters</i> (1851) <i>Forbes</i> (1917), <i>Businessweek</i> (1929), <i>Fortune</i> (1930) y <i>Money</i> (1972).	Primera industrialización en Inglaterra (1760-1860) Primera globalización, segunda industrialización (1870-1914) Geddes (<i>Cities in evolution</i> , 1915)	Redes de comercio internacional de manufacturas Redes globales de mercados financieros, bursátiles y bancarios <i>Crack</i> bursátil EUA (1929) Revolución de la microelectrónica (décadas de los años cuarenta y los cincuenta)
"Guerra de los rankings" <i>The Economist</i> , <i>Worldwide Cost of Living Report</i> (1985) <i>AméricaEconomía</i> , <i>Mejores ciudades para hacer negocios en AL</i> (2000)	Alemania (1963), primer magazine económico para la televisión: <i>Der Markt-Wirtschaft für Jedermann</i> <i>El Financiero</i> (1981) <i>AméricaEconomía</i> (1986) <i>Bloomberg LP</i> (1987)	Davis (<i>The World's Metropolitan Areas</i> , 1959) Hall (<i>The World Cities</i> , 1966) Sassen (1991), Castells (1995), Begg (2002) GaWC (1997), GUCP (2005)	Silicon Valley (1951) Computadora Personal (1964) Internet (1969) Web 2.0 (2004) Google Earth (2005) GPS (2009)

FUENTE: Elaboración propia, con base en marco teórico-conceptual, ver capítulos I y II.

Los tres 'grandes periódicos' serían protagonistas del segundo momento en la evolución de los rankings, la popularización de los *índices bursátiles*: Dow Jones (*Wall Street Journal*, 1884), FTSE (*Financial Times*, 1935) y Nikkei (*Nihon Keizai Shinbun*, 1949); así como los primeros rankings: *Fortune 500* el listado empresas más importantes de los Estados Unidos cuya primera edición apareció en 1955 y *The Fifty-Million Dollar Man* puesto en circulación en Noviembre de 1957, elaborados por la revista *Fortune*.

A diferencia de las *hojas de precios* y las *listas de embarques*, que eran interpretadas y

procesadas por los sujetos sociales que participaban en intercambios comerciales, los *índices bursátiles* ofrecían ya una calificación y asignaban una relevancia a las unidades de análisis en función de su desempeño en un mercado o red específico; si bien ambos (hojas de precios e índices bursátiles) guían las decisiones y evaluaciones de sujetos sociales, con los índices de precios y cotizaciones de las bolsas de valores hay una vinculación clara entre la prensa económica y el nuevo estadio del modo de producción capitalista, con capitales financieros, bursátiles y bancarios que circulan en diferentes mercados globales, prefigurando una red global conformada por las metrópolis mundiales: Londres, Tokio y Nueva York, donde se encuentran operando los principales medios de comunicación especializados en información financiera (Arrese, 2002; Sassen, 2001b).

Es posible trazar una línea entre la importancia que jugó la figura de Edward Lloyd y el legendario café de la calle Lombard de la ciudad de Londres en la fundación de diario *Lloyd's List* como cimiento del periodismo financiero y más adelante del rubro de las aseguranzas, con la importancia de Michael Bloomberg en el ascenso del conglomerado multimediático *Bloomberg L.P.* que opera desde la ciudad de Nueva York ciudad de la que llegó a ser alcalde de 2002 a 2013.

Ambos casos reflejan la importancia de las organizaciones dedicadas a la información, los grandes consorcios mediáticos emplazados en grandes ciudades y en muchas ocasiones, con una historia y evolución común, compartida, son actores económicos de primer orden, es decir, inversionistas con intereses concretos en sus propias ciudades o en otras.

De igual forma, como organizaciones especializadas en información, crean ya sea dentro de la misma empresa o bien como una subsidiaria, gabinetes de análisis y consultoría para empresarios y gobiernos locales, estos últimos en algunas ocasiones llegan incluso a diseñar políticas públicas, como en el caso de *Bloomberg Associates* que brinda asesoría a gobiernos de distintas ciudades alrededor del mundo.

Los consorcios multimediáticos son actores de gran relevancia para la gestión urbana, participan con inversiones y generan contenidos e información que constituyen una de diversas fuentes con las que los actores sociales llevan a cabo la toma de decisiones.

La aproximación sociológica de Manuel Castells, permite comprender y ubicar los ámbitos de correlación entre la gestión urbana local, la importancia adquirida por los parámetros relativos a la competitividad de las ciudades, así como el papel de los rankings y la prensa económica, en un ámbito que expresa las dinámicas constitutivas de la sociedad red apoyada en el paradigma tecnológico informacional: el espacio de flujos.

Devriendt *et al* (2011) plantean otra aproximación a la relación entre los rankings y la medición de la competitividad de las ciudades, incorporando el marco conceptual desarrollado por Manuel Castells (1999a) en torno a los flujos informacionales presentes en la conexiones inter-urbanas derivadas de la *nueva lógica espacial* propia de la sociedad red.

Otros trabajos de investigación han abordado la vinculación entre competitividad urbana, rankings de ciudades, medios de comunicación y flujos de información; una de las perspectivas de análisis está vinculada con el papel de los medios de comunicación en la conformación de una ‘imagen de ciudad’ y su visibilización en el entorno global, ya sea como una marca—en la perspectiva de los estudios sobre mercadotecnia de ciudades o territorios (Elizagarte, 2003; Govers & Go, 2009; Anholt, 2010)—o destino con potenciales y atractivos para las inversiones o el turismo (Benko, 2000; Millán, 2009).

Derivado de esta revisión, destaca el rol de las ciudades como nodos de información, espacio para los intercambios y la comunicación, ya sea como puertos o punto de confluencia—en sus cafeterías y recintos comerciales—para el sector de la marina mercante, o bien como sede de los mercados bursátiles, entorno para el espacio público de opinión y deliberación alrededor de las ideologías económicas, para el crecimiento y expansión de los grandes diarios, las agencias de noticias y los servicios de información financiera especializada, así como sede de las tareas de coordinación, análisis y prospectiva de las organizaciones encargadas de procesar los datos financieros, de acuerdo con la perspectiva de la ciudad global (Sassen, 2009), y por último, como unidad de análisis para la elaboración de rankings, listados y mediciones relativas a múltiples aspectos de las ciudades como receptoras de actividades económicas, sociales y culturales.

En la segunda vertiente de la investigación se planteó la realización de un ejercicio comparativo-empírico a partir de datos cuantitativos orientado a identificar y describir la

correlación entre el lugar—traducido como relevancia de la ciudad-nodo en el espacio de flujos—asignado a la muestra de ciudades mexicanas en tres rankings (dos de *The Economist* y uno de *AméricaEconomía*), con respecto al asignado en once mediciones realizadas por diferentes tipos de organizaciones en las escalas global, regional y nacional.

Se concluyó que *la relevancia de las ciudades mexicanas (Ciudad de México, Monterrey, Puebla y Querétaro) asignada por los rankings de la prensa económica, coincide con la asignada en los rankings elaborados por diferentes tipos de organizaciones, aunque es necesario conjuntar mayores datos sobre las interacciones e intercambios tangibles e intangibles de las ciudades en el espacio de los flujos para tener un punto de referencia más sólido sobre su relevancia como nodos, en comparación con los resultados mostrados por las mediciones elaboradas por la prensa económica.*

El promedio obtenido por las ciudades mexicanas (Ciudad de México, Monterrey, Puebla y Querétaro) en este ejercicio derivado de los lugares que se les confiere en los 14 rankings analizados y comparados, no es concluyente de su relevancia que han alcanzado como nodos en el espacio de los flujos, sin embargo constituye una primera aproximación que requiere mayores datos que la enriquezcan.

Con excepción de la Ciudad de México, las ciudades mexicanas son incorporadas con menor frecuencia en las mediciones globales de competitividad urbana y con mayor frecuencia en los rankings regionales.

En el caso del Sistema Urbano Nacional, ciudades como Monterrey, Puebla y Querétaro no son evaluadas en todas las mediciones de escala global y regional que se analizaron, no obstante, se trata de ciudades que interactúan, se articulan y hacen aportes relevantes a distintas cadenas de valor de la economía mundial.

En este sentido, además de promover nuevos enfoques en la generación de índices, los gobiernos locales requieren intensificar y ampliar las tareas—que muchos de ellos ya realizan—de información y visibilidad, agregando algunas herramientas y acciones en materia de comunicación estratégica que pudieran contribuir con este propósito.

La investigación ofrece elementos para un tercer eje: propuestas de estrategias de información y comunicación para la difusión de índices de competitividad urbana que

contribuyan en la visibilización de indicadores y factores vinculados con las ciudades equitativas, incluyentes, sustentables y relevantes en los flujos tangibles e intangibles de la sociedad y la economía red, apoyada en la generación de conocimiento e información.

Propuestas

A partir de la delimitación y construcción teórico-conceptual del objeto de estudio *ranking de ciudades* (y de manera particular, el elaborado por organizaciones adscritas a la prensa económica), así como los datos derivados del trabajo de campo, el cual se llevó a cabo guiado por dos líneas generales o enfoques:

- Papel de los rankings de ciudades difundidos por la prensa económica en el diseño e implementación de políticas públicas locales en materia de competitividad urbana.
- Descripción de la correlación entre la incorporación en los rankings difundidos por *The Economist Intelligence Unit* y *AméricaEconomía*, de las ciudades mexicanas: Ciudad de México, Monterrey, Puebla y Querétaro, con su relevancia en el espacio de flujos.

Es posible abordar en este último apartado la tercera vertiente del trabajo de investigación, la cual se relaciona con una perspectiva aplicada o propuesta de intervención, de acuerdo con los siguientes componentes:

Objetivo. Proponer acciones de información y comunicación para la difusión de índices y mediciones de competitividad urbana alternativos a los predominantes.

Pregunta de investigación. ¿A partir de qué estrategias y acciones en materia de información y comunicación es posible difundir índices y mediciones de competitividad urbana alternativos a los predominantes?

Hipótesis de trabajo 3. La difusión de índices y mediciones de competitividad urbana alternativos a los dominantes, es posible a partir de estrategias y acciones de información que atiendan a las dinámicas presentes tanto en el espacio de flujos como en la interacción entre ciudades asimiladas como nodos en la perspectiva de la sociedad red.

Integración de la categoría de análisis 3. Para la propuesta se construirá la categoría operativa: **estrategias y acciones de información que atiendan a las dinámicas presentes tanto en el espacio de flujos y como en la interacción entre ciudades asimiladas como nodos.**

- ✓ Se retomará la perspectiva de la gestión estratégica de la comunicación y la información, para proponer un curso de acción orientado a impulsar índices de ciudades apoyados en variables y factores que promuevan el desarrollo y la prosperidad en los entornos urbanos, con un enfoque centrado en la equidad y la integración del tejido social y comunitario.

Se considerará el potencial de las universidades, los centros y grupos de estudio e investigación, los organismos (nacionales e internacionales) y las organizaciones de la sociedad civil, para impulsar proyectos de rankings, índices y mediciones alternativos a aquellos preponderantes o con una mayor visibilidad mediática.

De acuerdo con los planteamientos iniciales, el tercer eje a desarrollar dentro del proyecto de investigación, se relaciona de manera directa con la formulación de acciones en materia de comunicación e información desde una visión estratégica (Costa & Piñeiro, 2013; Pérez, 2013), que incluya la gestión de recursos y contenidos en las diferentes plataformas y lenguajes que convergen en el ecosistema de medios (Scolari, 2015).

La propuesta que a continuación se desarrolla, parte de entender los retos y desafíos en materia de comunicación e información que afrontan las ciudades como diferenciados, es decir, presentan particularidades producto de la historia, la geografía, la cultura, la formación social y política, así como el desarrollo económico y territorial. En función de las consideraciones anteriores, se exponen las líneas generales para emprender una tarea particular y diferenciada de acuerdo con la ciudad o región de la que se trate.

Las líneas generales atienden a la integración de elementos necesarios para la formulación de planes o programas de comunicación estratégica: *problema* (en comunicación e información) en el que se centra la propuesta de estrategia, *datos relevantes del problema*, *objetivo* u *objetivos* que se deben fijar para resolver el problema, *estrategia* para cumplir o alcanzar el o los objetivos planteados, *metas* a cumplir dentro de la estrategia, *acciones* que se deben realizar para alcanzar las metas (Pérez, 2013).

Los índices, listados y mediciones ofrecen posibilidades para la construcción de consensos sociales derivado de su capacidad para sintetizar, representar y vehicular los elementos constitutivos del concepto, idea o modelo de ciudad contemporánea competitiva.

Si bien desde una perspectiva crítica es posible advertir que el origen y la evolución de los rankings como contenido característico de la prensa económica se dio con una marcada orientación mercantil, la investigación documental permite advertir que los temas e indicadores de los listados se han venido transformando: en los primeros ejercicios de los años ochenta se medían aspectos tales como el tamaño de la población, de la economía, los costos de vida o las facilidades para hacer negocios, las mediciones más recientes aluden a conceptos de mayor complejidad: sostenibilidad, resiliencia o *ciudades inteligentes*.

En este sentido, la capacidad de ‘mudar’ conceptos y enfoques presentes en las mediciones, ofrece posibilidades para el impulso a diferentes tipos de listados que surjan como parte de iniciativas más amplias orientadas a fortalecer los consensos sociales en torno al concepto de ciudad, sea que se aborde como modelo, conjunto de principios o visión de futuro.

Atendiendo a las dinámicas de comunicación e información que abre el paradigma informacional propio de la sociedad red (Castells, 2009), así como a las nuevas correlaciones que plantea un ecosistema de medios ampliado por los contenidos digitales (Scolari, 2012), en esta sección se analiza la posibilidad de impulsar indicadores y ejercicios de medición alternativos a los predominantes o con propensión a un enfoque puramente ‘mercantil’ de las ciudades, a partir de iniciativas provenientes de diferentes sectores de la sociedad civil, centros de investigación, fundaciones, coaliciones de gobiernos locales o medios de comunicación que se interesaran en este ejercicio, sin descartar la conformación de figuras como la de los observatorios urbanos, desde donde se pudiera hacer una apuesta por indicadores enfocados a aspectos como la equidad, la multiculturalidad o, por ejemplo, la capacidad o recursos estimados para albergar actividades potencialmente generadoras de riqueza ‘con base social-comunitaria’ en los conceptos de la *economía cívica* (Conway & Murphy, 2012) o la *economía creativa* (Newbiggin, 2010) por referir algunos de los que se encuentran en discusiones recientes.

Resulta claro que las ciudades representan construcciones sociales diversas con una notable multiplicidad de problemas, la llamada *agenda para la gestión urbana* abarca temas que van de lo social (equidad, inclusión, cohesión), a lo ambiental (sostenibilidad, aprovechamiento, conservación, restauración), sin dejar a un lado los retos políticos, económicos, de planeación y culturales (como el cuidado del patrimonio, la identidad y las

posibilidades para la creación o expresión artística) (Álvarez & Delgado, 2014).

Las líneas a plantearse no pretenden obviar la complejidad del escenario urbano (local y global), pero en virtud de que resulta necesario acotar una línea temática para su atención y que el presente apartado forma parte de una investigación que le precede, como problema central se tomará la necesidad de construir un consenso social en torno al modelo o concepto de ciudad contemporánea competitiva.

Los rankings se construyen alrededor de diferentes objetivos asignados a las redes, en función de los cuales evalúan a los nodos (y les confieren una relevancia) a partir de su capacidad para contribuir con los mismos, ante lo que existirían dos anotaciones:

A nivel de la gestión urbana local se han expresado consideraciones, reservas y críticas (fundamentalmente con respecto a las omisiones o generalidades en las que son susceptibles de incurrir estos ejercicios), que en la base plantean la dificultad de las mediciones para reflejar la capacidad de una ciudad-nodo en las interacciones e intercambios en el espacio de flujos.

Por otra parte, también en el ámbito local se registra un desfase entre algunos de los objetivos asignados a las ciudades—a partir de su interrelación con redes—que demandan la construcción de consensos sociales, de manera clara, la disyuntiva que se experimenta en diferentes ciudades entre un modelo de ciudad que promueve la dispersión (con una baja densidad) y la que plantea un esquema compacto y densificado.

Esta disyuntiva está expuesta por Glaeser (2011), plantea que las ciudades contemporáneas son potencialmente generadoras de prosperidad en función de su capacidad para producir ideas e innovaciones, la factibilidad para la generación de ideas se ha visto potenciada al ser el mundo un entorno cada vez más comunicado.

Paradójicamente, aunado a la importancia que hoy en día ha adquirido los flujos de comunicación e información atemporales que no dependen de la contigüidad física, la proximidad se ha hecho más valiosa.

Las ciudades suponen la ausencia de espacio físico entre las personas y las empresas. Representan la proximidad, la densidad de población y la intimidad. Nos permiten trabajar y jugar juntos, y su éxito depende de la demanda de contacto físico [...] La

difusión del conocimiento de ingeniero a ingeniero, de comerciante a comerciante, es igual que el vuelo de las ideas de un pintor a otro, y hace mucho que la densidad urbana constituye un elemento central de ese proceso (Glaeser, 2011, pp. 19-22).

El autor reivindica las posibilidades de la comunicación directa como uno de los factores que inciden en la generación de ideas y por ende, de las innovaciones que se ligan directamente con la prosperidad, aunque no omite la reflexión sobre la pobreza urbana y los diferentes casos de declive en ciudades o zonas específicas, los cuales aborda (en parte) desde la perspectiva de la política pública en torno a la economía y la educación.

Frente a las posibilidades que se abren para el entretenimiento, el consumo, las emociones, pero también para los contagios o el delito objetivo, Glaeser identifica una tensión creciente en las ciudades: los límites en la construcción de nuevas viviendas y las restricciones a la altura de las edificaciones, tanto en ciudades con economías avanzadas como en las de países en vías de desarrollo.

Dichas limitaciones tendrían un efecto directo sobre los costos de la vivienda, que sumados con una expansión de la oferta de vivienda ‘residencial’ en las periferias, estimulando un modelo basado en la dispersión, ha tenido como resultado un aumento en el número de vehículos movilizándose, ocasionando con esto contaminación.

El ecologismo inteligente supone construir edificios en lugares donde causen el menor impacto ecológico. Eso significa que debemos ser más tolerantes en lo que se refiere a derribar edificios de poca altura en las ciudades para poder construir edificios altos en su lugar, y más intolerantes con los activistas que se oponen al crecimiento urbano que reduce las emisiones (Glaeser, 2011, p. 32).

En su argumentación en torno al *triunfo de las ciudades*, Glaeser hace énfasis en las posibilidades que ofrece la densidad urbana para la innovación, el conocimiento, la colaboración, la multiculturalidad, el talento y los flujos de comunicación e información, como base de la promesa civilizatoria de las ciudades vigente en la actualidad.

Frente a la emergencia de las tecnologías de información y comunicación, el autor reivindica la importancia de la comunicación interpersonal la cual se ve favorecida por áreas urbanas densas.

No cabe duda de que la vida basada en torno al automóvil en los límites de los municipios no desaparecerá, pero estará acompañada por una urbanización más densa en las inmediaciones de los núcleos urbanos. Podemos construir torres altísimas que ofrezcan a la gente abundante espacio en el corazón de las ciudades, pero tenemos que construirlas de manera que garanticen la sostenibilidad medioambiental, unas buenas vistas y una vida callejera pletórica. Podemos asegurarnos de que todo el mundo, no solo unos cuantos privilegiados, pueda disfrutar de los placeres que ofrece Manhattan, París o Hong Kong (Glaeser, 2011, p. 346).

Además de la densificación por la vía de la vivienda y la infraestructura, en el documento se valora la importancia de la migración para la prosperidad de las ciudades, así como las políticas públicas locales y las inversiones en materia de educación como un modelo de *ciudad inteligente*.

Sin embargo, Glaeser menciona que otro de los frenos a la densificación urbana (además del ecologismo y los discursos de defensa medioambiental), es lo que se ha calificado como *NIMBYismo*, traducido como la oposición a la regeneración, reconversión o densificación en zonas específicas.

Tanto en las ciudades como en los enclaves residenciales, la oposición al cambio supone bloquear nuevos proyectos de urbanización y paralizar nuevos proyectos de infraestructuras. Lo que los residentes están diciendo en la práctica es '*no en mi jardín trasero*' [por sus siglas en inglés, NIMBY: '*not in my back yard*']. En las ciudades más antiguas, como Nueva York, el NIMBYismo se oculta bajo la coartada del conservadurismo, pervirtiendo así la digna causa de la conservación de los bellos monumentos de nuestro pasado y transformándola en un intento de paralizar vecindarios inmensos llenos de arquitectura poco notable. En ciudades muy atractivas, los peores aspectos de esta oposición al cambio son que garantiza que la altura de construcción sea baja, que haya pocas viviendas nuevas, que los precios sean altos y que haya pocas viviendas nuevas, que los precios sean altos y que el acceso a la ciudad esté vedado a todo el mundo salvo los ricos (Glaeser, 2011, p. 362).

Cabría añadir la creciente oposición ciudadana a la *gentrificación* (Sabatini, Robles y Vázquez, 2009) que como resultado de la regeneración en zonas donde aumenta el valor del suelo y los inmuebles, expulsa a los residentes originarios de menores ingresos (vía costos

de impuestos y servicios) atrayendo nuevos habitantes con mayores ingresos.

De acuerdo con esta problematización, uno de los múltiples consensos sociales que requieren construir las ciudades, gravita en torno al modelo de ciudad que favorezca la densificación (con los beneficios que derivan para la competitividad), frente a la oposición de diferentes grupos de la sociedad civil, organizaciones vecinales, habitantes-ciudadanos y no pocos partidos políticos (normalmente los que no están a cargo del poder ejecutivo local o con mayoría en los órganos de representación legislativa).

La propuesta radica en promover la realización de proyectos susceptibles de articularse desde un sector u organización o un conjunto de estos (gobierno en sus niveles local, estatal, nacional, iniciativa privada, fundaciones, consultorías, organismos internacionales, universidades y centros de investigación, asociaciones y organizaciones de la sociedad civil, vecinos y habitantes de la ciudad), para el diseño, desarrollo y aplicación de rankings, índices y mediciones orientados a factores e indicadores en aspectos tales como:

- a) Tejido socioeconómico urbano que favorece la innovación y el conocimiento (como factores diferenciales de las ciudades en el espacio de flujos), con políticas públicas orientadas a la calidad educativa y el desarrollo humano.
- b) Contribución a redes urbanas específicas (categorizadas por ámbitos concretos como por ejemplo: ciudades con patrimonio cultural tangible e intangible; cadenas de valor como el armado de vehículos o componentes tecnológicos para ramas específicas de la industria; circuitos de arte o servicios para congresos y convenciones; por mencionar algunos), en función de flujos tangibles e intangibles (como por ejemplo, los conformados por información, productos culturales, operaciones logísticas, atracción de inversiones y/o generación de servicios y condiciones favorables a la inversión, etc.).
- c) Multiculturalidad (por flujos migratorios nacionales e internacionales, *activos* permanentes o periódicos, o *estáticos* de una vez o por un evento), integración, inclusión y equidad (por patrones de apropiación y pertenencia urbana, por aportes a la economía, el desarrollo y la cultura de la ciudad) (Cornejo & Fortuny, 2011).

Si bien se propone la integración de este tipo de mediciones, es claro que los rankings de ciudades como ejercicios temáticos y estadísticos, han evolucionado en sus metodologías y

enfoques temáticos (cualitativos) y estadísticos (cuantitativos), los primeros rankings se basaban fundamentalmente en la población o habitantes totales, se fueron incorporando datos como la generación de riqueza (PIB), costos de vida, más tarde vinieron los factores vinculados con la calidad de vida, y posteriormente la facilidad para hacer negocios.

Actualmente existe una notable multiplicidad de ejercicios, avalados por todo tipo de organizaciones, junto con aspectos tales como la sostenibilidad, hoy en día se miden también factores como gobernabilidad (marco jurídico-político y la seguridad), atracción-retención de inversiones o el concepto emergente denominado *smart cities* o *ciudades inteligentes* (Dameri y Rosenthal-Sabroux, 2014) aplicable a urbes capaces de conjugar la sostenibilidad medioambiental con un desarrollo económico incluyente, apoyado en la tecnología, el conocimiento y la calidad de vida.

En el caso del ámbito académico, aportes de proyectos como el Globalization and World Cities (GaWC), el Global Urban Competitiveness Project (GAUC), y en México la iniciativa del Centro de Investigación y Docencia Económica (CIDE) con el *Índice de Competitividad de las Ciudades de México (ICCM)*, o por parte de organizaciones de la sociedad civil, el Instituto Mexicano para la Competitividad A.C. que anualmente publica su *Índice de Competitividad Urbana*, dan cuenta de esfuerzos que conjugados con los de otros sectores de la sociedad, abrirán cada vez más la reflexión en torno al perfil que deberá adoptar el desarrollo económico de las ciudades (Perló, 2011b).

Retomando la amplia experiencia existente en el diseño y aplicación de indicadores para la medición de la competitividad urbana, se propone iniciar una *nueva etapa* en la implementación de rankings de ciudades, orientados a documentar las interacciones de las ciudades en el espacio de los flujos y orientadas a construir un consenso social en torno al modelo de ciudad competitiva contemporánea.

Esta nueva generación de índices tendrán que aprovechar al máximo las posibilidades del ecosistema de medios para generar un diálogo social amplio que permita reformular los objetivos asignados a las redes de ciudades, en beneficio de enfoques que favorezcan la cohesión local; en este sentido, serán importantes la posibilidad de ofrecer mediciones en tiempo real así como visualizar-visibilizar de manera gráfica las interrelaciones en el plano

de los flujos, dimensionando cada ciudad como un nodo que suma valor y conocimiento a múltiples redes, capaz también de transformarlas o reprogramarles, y por ende, capaz también de incidir en el destino de otras ciudades.

Los gobiernos locales, sin importar la escala o tamaño de la ciudad, deberán sumar, continuar o mejorar la elaboración de suites de información estadística, con los datos más relevantes de la contribución (*versus* relevancia) de la ciudad a las diferentes redes urbanas (regionales y globales) en las que participa, documentando y visualizando-visibilizando tanto sus interacciones en el espacio de los flujos, como su capacidad para ofrecer un desarrollo humano que aporte valor e innovaciones a la economía.

Las suites de información deberán ser accesibles y estar disponibles para incorporarse en rankings, índices y mediciones tanto de la prensa económica como de otras organizaciones, sumándose a los esfuerzos que ya realizan los gobiernos locales en términos de planes y programas de comunicación e información.

En el caso de México, los institutos nacionales de Geografía e Informática (INEGI) y para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED) cuentan ya con sistemas de información que permiten dimensionar el desempeño de las ciudades y municipios del país, los gobiernos locales deben considerar estos sistemas como una base a partir de la cual construir un perfil propio con datos que permitan a cada ciudad, con independencia de su escala o tamaño, ser susceptible de visibilizarse en rankings o bien, aparecer en las evaluaciones que hacen las consultorías y departamentos de análisis con que cuentan las empresas y los inversionistas; un número importante de ciudades medias e inclusive pequeñas pueden adquirir visibilidad en los contenidos de la prensa económica en la medida que los editores cuenten con datos oficiales consolidados que les eviten el hacer cálculos o estimaciones propias sin un sustento sólido.

Otro conjunto de índices e indicadores necesarios en el ámbito local, son los referentes a la capacidad de la ciudad para densificarse o re-densificarse, en términos generales se puede construir un acuerdo en torno a los postulados de Glaeser (2011) en torno a que la densidad (de personas, sus relaciones e interacciones) se encuentra en la base del concepto de ciudad, como construcción y posibilidad civilizatoria, apoyada en el conocimiento y la cultura, en

América Latina la ola no sólo de escepticismo sino en ocasiones de franco descontento con los proyectos de intervención y regeneración en zonas de las ciudades obedece a que en muchos casos, los proyectos no han contado con información básica relativa a aspectos tales como la capacidad del área o zona en cuestión para resolver las necesidades implícitas de la densificación: servicios públicos, agua, movilidad, seguridad, espacios públicos, por mencionar tan sólo algunos.

Junto con las herramientas visuales que suelen incorporarse en la consulta pública y elaboración de planes y/o programas de desarrollo urbano, es necesario contar con un índice o indicador de '*capacidad de densificación*', es decir, una herramienta básica que permita a los habitantes de una ciudad (que no cuentan con una formación en urbanismo, arquitectura o diseño de los asentamientos humanos) simplemente conocer o calcular cuántas viviendas, qué tipo de infraestructuras, qué tamaño de comercios, cuánta población fija y flotante puede atender la ciudad, su área, su manzana.

Esta base de información facilitará no sólo los consensos sobre el modelo de ciudad, también permitiría guiar mejores decisiones en términos del mercado urbano de suelo (Delgado & Perló, 2000), pero sobre todo, dotará de transparencia los (en algunos casos) inaplazables proyectos de intervención y regeneración urbana.

Los índices pueden y deben contribuir con la transparencia y la gobernabilidad, aportando elementos complementarios a la certidumbre que requieren las inversiones y disuadiendo los 'miedos urbanos' a los que diferentes movimientos y liderazgos aluden para frenar cualquier asomo de mejora o desarrollo para la ciudad, sea por conservadurismo, NIMBYismo o en aras de imponer intereses particulares al bien común.

El ecosistema de medios en las ciudades conjuga soportes digitales, analógicos y físico-materiales, sin contar las interacciones personales en el territorio, por lo que la apuesta por índices, rankings e indicadores que permitan monitorizar aspectos como la competitividad o la densificación de las ciudades, encontrará canales, lenguajes y espacios para ampliar la discusión y acercar consensos sobre la ciudad *en curso* y *hacia el futuro*.

Es importante no perder de vista que las ciudades continúan y continuarán siendo valoradas y consideradas antes que nada, como lugares para vivir, y la vida en las ciudades radica en

la comunidad, el tejido social, el acceso a los servicios y la disponibilidad de recursos naturales o medioambientales.

La re-densificación, reconfiguración o gentrificación se explican, inicialmente, a partir de la vigencia y vitalidad de los lugares, el territorio, los espacios físicos, geográficos y arquitectónicos; las identidades juveniles (que resignifican barrios, centros de encuentro o recintos religiosos), lo mismo que los intereses económicos inmobiliarios (apalancados por cuantiosos fondos de inversión que en la última década como resultado de los vaivenes bursátiles han contado con una liquidez extraordinaria que han canalizado a las infraestructuras y la vivienda urbana), tienen una expresión físico-espacial en la ciudad (Cornejo, 2007).

A través de los rankings es posible socializar nuevos factores de valoración de las ciudades, también pueden coadyuvar a cambiar o reprogramar los objetivos de las redes en las que participan; de la misma forma, las redes pueden desaparecer, fusionarse o crearse y evaluar la relevancia de los nodos en función de nuevos objetivos.

Gobiernos, centros de investigación, universidades, fundaciones, organismos internacionales, asociaciones y organizaciones de la sociedad civil, son actores fundamentales en la construcción y validación social de conceptos e indicadores para categorizar a las ciudades contemporáneas, integrando rankings y mediciones que ofrezcan, a través del ecosistema de medios y el espacio de flujos, un mapa local de potencialidades.

Fuentes bibliográficas y de información

Entrevistas

Mtro. Luis Felipe Abarca Zárate, socio director en *Digital Town (D-Town)*. Director (de 2000 a 2005) de la Unidad de Inteligencia y de Investigaciones Panregionales en *América Economía Intelligence*. Responsable del proyecto y elaboración de la primera edición del ranking *Las Mejores Ciudades para Hacer Negocios en América Latina*; coordinó proyectos de investigación y rankings sobre bancos, marcas y escuelas de negocios, entre otros. Fecha de la entrevista: 24 de agosto de 2015. Video-llamada a través de *Skype* entre Ciudad de México y Santiago de Chile.

Dr. Ramón Abonce Meza, Secretario de Desarrollo Sustentable, Municipio de Querétaro, Querétaro. Fecha de la entrevista: 1 de septiembre de 2014. Llamada telefónica entre Ciudad de México y Querétaro, Querétaro.

Ing. Rubén Ahumada Alvarado, especialista en temas municipales y gestión de centros históricos, ex, secretario de Obras Públicas del Ayuntamiento de Morelia, Michoacán. Fecha de la entrevista: 14 de agosto de 2014. Presencial, en la Ciudad de Morelia, Michoacán.

Dr. Arturo Cavazos Leal, Secretario de Desarrollo Económico, Municipio de Monterrey, Nuevo León. Fecha de la entrevista: 3 de septiembre de 2014. Llamada telefónica entre Ciudad de México y Monterrey, Nuevo León.

Mtro. Michel Chaín Carrillo, Secretario de Desarrollo Económico y Turismo, Ayuntamiento de Puebla, Puebla. Fecha de entrevista: 26 de agosto de 2014. Presencial, en la Ciudad de Puebla, Puebla.

Mtro. Isaí Ludim Hernández Cruz, Director Ejecutivo de Planeación Económica, Secretaría de Desarrollo Económico, Ciudad de México. Fecha de la entrevista: 4 de septiembre de 2014. Presencial, en la Ciudad de México.

Mtro. Mauricio Aarón Reyna Guerrero, Director General del Instituto de Promoción Turística, Ciudad de México. Fecha de la entrevista: 10 de septiembre de 2014. Presencial, en la Ciudad de México.

Bibliografía

- Abad, A., & Servín, L. (1987). *Introducción al muestreo*. México: Limusa.
- Ache, P., Andersen, H., Maloutas, T., Raco, M., & Tasan-Kok, T. (2010). *Cities between Competitiveness and Cohesion. Discourses, Realities and Implementation*. Lexington: Springer.
- Aguilar, L. F. (Ed.). (2013). *El estudio de las políticas públicas* (Vol. 1). Ciudad de México, México: Miguel Ángel Porrúa.
- Aguilar, L. F. (Ed.). (2014a). *La hechura de las políticas públicas* (Tercera ed., Vol. 2). Ciudad de México, México: Miguel Ángel Porrúa.
- Aguilar, L. F. (Ed.). (2014b). *Problemas públicos y agenda de gobierno* (Tercera ed., Vol. 3). Ciudad de México, México: Miguel Ángel Porrúa.
- Airports Council International. (Abril de 2015). *Aircraft Movements Monthly Ranking*. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://www.aci.aero/Data-Centre/Monthly-Traffic-Data/Aircraft-Movements/Monthly>
- Álvarez, L. (2004). La especialización en el tiempo de la globalización. En J. Fernández (Ed.), *Periodismo especializado* (Primera ed., págs. 63-84). Barcelona, España: Ariel.
- Álvarez, L. (2004). *La sociedad civil en la Ciudad de México: actores sociales, oportunidades políticas y esfera pública*. Ciudad de México: UNAM - Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades - Plaza y Valdés.
- Álvarez, L. (2013). *Distrito Federal: sociedad, economía, política y cultura* (Tercera ed.). Ciudad de México: UNAM - Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades.
- Álvarez, L., & Delgado, G. C. (enero-abril de 2014). Ciudades, gestión, territorio y ambiente. *Interdisciplina*, 2(2), 9-20. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://computo.ceiich.unam.mx/webceiich/docs/revis/interV1-N02.pdf>
- Álvarez, L., Sánchez, C., & San Juan, C. (Edits.). (2010). *La gestión incluyente en las grandes ciudades : estructura urbana, movilidad, seguridad y pluriculturalidad*. Ciudad de México: UAM, Unidad Azcapotzalco, División de Ciencias Sociales y Humanidades.
- Álvarez-Gayou, J. L. (2011). *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología* (Cuarta reimpresión ed.). Barcelona, España: Paidós.
- Amador, R. (enero-marzo de 2006). La Universidad en Red. Un nuevo paradigma de la educación superior. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 11(28), 155-177. Recuperado el 15

- de febrero de 2016, de
<http://www.comie.org.mx/documentos/rmie/v11/n28/pdf/rmiev11n28scB03n02es.pdf>
- Amador, R. (2010). Modelos de redes de educación superior a distancia en México. *Sinéctica*(34), 1-13. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de
<http://www.scielo.org.mx/pdf/sine/n34/n34a6.pdf>
- Amador, R. (2011). Redes complejas de educación superior a distancia en México hacia el año 2020. *Perfiles Educativos*, 33, 45-58. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de
<http://www.redalyc.org/pdf/132/13221258005.pdf>
- American Lung Association. (2013). *State of the air 2013. Most Polluted Cities*. Washington D.C.: American Lung Association. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de
<http://www.stateoftheair.org/2013/city-rankings/most-polluted-cities.html>
- Anholt, S. (2007). *Competitive identity. The new brand management for nations, cities and regions* (Primera ed.). USA: Palgrave Macmillan.
- Anholt, S. (2010). *Places. Identity, Image and Reputation* (Primera ed.). UK: Palgrave Macmillan.
- Arce, C., Cabrero, E., & Ziccardi, A. (Edits.). (2005). *Ciudades del Siglo XXI: ¿Competitividad o Cooperación?* Ciudad de México: H. Cámara de Diputados LIX Legislatura - CIDE - Miguel Ángel Porrúa.
- Arce, C., Chiapa, E., & Rojo, P. (2013). Análisis de la percepción de los actores locales sobre la competitividad de las ciudades. En E. Cabrero (Ed.), *Retos de la competitividad urbana* (págs. 177-214). Ciudad de México: Centro de Investigación y Docencia Económicas.
- ARegional. (2013). *Resultados del Índice de Competitividad Sistémica de las Ciudades Mexicanas 2013*. Ciudad de México: ARegional. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de
<http://www.guiaeduca.com.mx/documentos/economia/AREGIONAL-Indice-de-Competitividad-Sistemica-de-las-Ciudades-Mexicanas-2013.pdf>
- Argenti, P. (2014). *Comunicación estratégica y su contribución a la reputación* (Primera ed.). Madrid: LID.
- Arrese, Á. (1995). *La identidad de The Economist* (Primera ed.). Navarra, España: Ediciones Universidad de Navarra.
- Arrese, Á. (2001). *Economic and Financial Press. From the Beginnings to the First Oil Crisis* (Primera ed.). Navarra, España: Ediciones Universidad de Navarra.
- Arrese, Á. (2002). *Prensa económica. De la Lloyd's list al wsj.com* (Primera ed.). Navarra, España: Ediciones Universidad de Navarra (EUNSA).

- Arrese, Á. (2004). Información económica y de negocios. En J. Fernández (Ed.), *Periodismo especializado* (Primera ed., págs. 285-315). Barcelona, España: Ariel.
- Arrese, Á., & Vara, A. (2011). *Fundamentos de periodismo económico. Temas y lecturas* (Primera ed.). Navarra, España: Ediciones Universidad de Navarra (EUNSA).
- ATKearney. (2014). *2014 Global Cities Index and Emerging Cities Outlook*. ATKearney. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <https://www.atkearney.com/documents/10192/4461492/Global+Cities+Present+and+Future-GCI+2014.pdf/3628fd7d-70be-41bf-99d6-4c8eaf984cd5>
- Banco Mundial. (2014). *Doing Business en México 2014. Entendiendo las regulaciones para las pequeñas y medianas empresas*. Washington D.C.: Banco Mundial. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de [http://espanol.doingbusiness.org/~media/GIAWB/Doing%20Business/Documents/Subnational-Reports/DB14-Mexico-spanish.pdf](http://espanol.doingbusiness.org/~/media/GIAWB/Doing%20Business/Documents/Subnational-Reports/DB14-Mexico-spanish.pdf)
- Barret, W. P. (6 de junio de 2012). The 25 Best Places To Retire In 2012. *Forbes*. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://www.forbes.com/sites/williampbarrett/2012/06/06/the-25-best-places-to-retire-in-2012/#abe9bc070d27>
- Beaverstock, J., Smith, R., & Taylor, P. (Diciembre de 1999). A roster of world cities. *Cities. The International Journal of Urban Policy and Planning*, 16(6), 445-458.
- Begg, I. (1999). Cities and Competitiveness. *Urban Studies*, 36, 795-809.
- Begg, I. (Ed.). (2002). *Urban competitiveness. Policies for dynamic cities*. UK: The Policy Press.
- Behar, D. (2008). *Metodología de la investigación*. Shalom.
- Bell, D. (1975). *El advenimiento de la sociedad postindustrial*. Madrid: Alianza.
- Beniger, J. R. (1986). *The Control Revolution: Technological and Economic Origins of the Information Society*. Cambridge: Harvard University Press.
- Benko, G. (diciembre de 2000). Estrategias de comunicación y marketing urbano. *EURE*, 26(79), 67-76. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612000007900004>
- Blanchard, M. A. (Ed.). (1998). *History of the mass media in the United States. An Encyclopedia* (Primera ed.). Michigan, USA: Fitzroy Dearborn Publishers.
- Blanco, E. (2004). Emisores de mensajes informativos. Características, tipología y comportamiento de las fuentes especializadas. En J. Fernández (Ed.), *Periodismo especializado* (Primera ed., págs. 99-121). Barcelona, España: Ariel.

- Bloomberg. (febrero de 2016). *Bloomberg Billionaires. Today's ranking of the world's richest people*. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://www.bloomberg.com/billionaires/>
- Bloomberg, M. (2001). *Bloomberg by Bloomberg* (Primera ed.). (M. Winkler, Ed.) USA: Wiley.
- Borja, J. (2003). *La ciudad conquistada* (Primera ed.). Madrid, España: Alianza.
- Borja, J. (2005). La ciudad en la globalización. En C. Arce, E. Cabrero, & A. Ziccardi (Edits.), *Ciudades del Siglo XXI: ¿Competitividad o cooperación?* (Primera ed., págs. 65-101). Ciudad de México, México: H. Cámara de Diputados LIX Legislatura - CIDE - Miguel Ángel Porrúa.
- Borja, J., & Castells, M. (1999). *Local y global. La gestión de las ciudades en la era de la información* (Cuarta ed.). Madrid, España: UNCHS-Santillana.
- Brace, I. (2010). *Diseño de cuestionarios* (Primera ed.). (G. Padilla, Trad.) Ciudad de México, México: Patria.
- Briggs, A., & Burke, P. (2006). *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación* (Primera ed.). (M. Galmarini, Trad.) Ciudad de México, México: Santillana.
- Budd, L. (1998). Territorial Competition and Globalisation: Scylla and Charybdis of European Cities. *Urban Studies*, 35(4), 663-685.
- Cabrero, E. (Ed.). (2013). *Retos de la competitividad urbana* (Primera ed.). Ciudad de México, México: Centro de Investigación y Docencia Económicas.
- Cabrero, E., & Díaz, A. (2013). Introducción. En E. Cabrero (Ed.), *Retos de la Competitividad Urbana* (págs. 15-36). Ciudad de México: Centro de Investigación y Docencia Económicas.
- Cabrero, E., & Orihuela, I. (2010). Territorio y competitividad urbana en México. En J. Sobrino (Ed.), *Competitividad urbana. Una perspectiva global y para México* (Primera ed., págs. 227-259). Ciudad de México, México: El Colegio de México A.C.
- Cabrero, E., & Orihuela, I. (2013). Índice de competitividad de las ciudades de México versión 2011. En E. Cabrero (Ed.), *Retos de la competitividad urbana* (Primera ed., págs. 37-86). Ciudad de México, México: Centro de Investigación y Docencia Económicas.
- Cardoso, G. (enero/marzo de 2014). Movilización social y redes sociales. (J. Godó, Ed.) *Vanguardia. Dossier*(50), 16-27.
- Carroll, C. E. (Ed.). (2011). *Corporate reputation and the news media. Agenda-setting within business news coverage in developed, emerging, and frontier markets* (Primera ed.). Nueva York, USA: Routledge.

- Castells, M. (1995). *La ciudad informacional. Tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional* (Primera ed.). (R. Quintana, Trad.) Madrid, España: Alianza Editorial.
- Castells, M. (1999a). El espacio de los flujos. En M. Castells, *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. (Primera ed., Vol. 1. La sociedad red, págs. 453-506). Madrid, España: Alianza Editorial.
- Castells, M. (1999b). *La cuestión urbana* (Decimoquinta ed.). Ciudad de México, México: Siglo XXI.
- Castells, M. (2000). Grassrooting the space of flows. En J. O. Wheeler, Y. Aoyama, & B. Warf (Edits.), *Cities in the Telecommunications Age. The Fracturing of Geographies* (Prmera ed., págs. 18-27). Nueva York: Routledge.
- Castells, M. (2001a). La cultura de las ciudades en la era de la información. En I. Susser (Ed.), *La sociología urbana de Manuel Castells* (págs. 461-487). Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2001b). *La Galaxia Internet* (Primera ed.). Barcelona, España: Plaza & Janés Editores.
- Castells, M. (2009). Prólogo e Informacionalismo, redes y sociedad red: una propuesta teórica. En M. Castells (Ed.), *La sociedad red: una visión global* (F. Muñoz, Trad., págs. 21-75). Madrid, España: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2012). *Comunicación y poder*. (M. Hernández, Trad.) Ciudad de México: Siglo XXI.
- Castells, M. (2013). *Networks of outrage and hope. Social movements in the internet age* (Primera ed.). USA: Polity Press.
- Castells, M. (14 de junio de 2015). *Otra vuelta de tuerka*. (P. Iglesias, Entrevistador) Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <https://www.youtube.com/watch?v=dU-MD3NqmQ8>
- Castells, M., & Hall, P. (2001). *Tecnópolis del mundo. La formación de los complejos industriales del siglo XXI* (Primera ed.). (M. Pascual, Trad.) Madrid, España: Alianza Editorial.
- Castells, M., Fernández-Ardèvol, M., Linchuan, J., & Sey, A. (2007). *Mobile communication and society. A global perspective* (Primera ed.). Cambridge, USA: The MIT Press.
- Center for World-Class Universities of Shanghai Jiao Tong University. (2015). *Academic Ranking of World Universities (ARWU)*. (S. Consultancy, Editor) Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://www.shanghairanking.com/>
- Chakrabarti, V. (2013). *A Country of Cities. A manifesto for an urban America*. China: Metropolis Books.
- Champion, T., & Hugo, G. (Edits.). (2004). *New forms of urbanization. Beyond the urban-rural dichotomy*. UK: Ashgate.

- CNBC. (17 de mayo de 2011). The Top 10 Most Diverse Cities in America. Nueva York, N.Y., USA. Recuperado el <http://www.cnbc.com/2011/05/17/The-Top-10-Most-Diverse-Cities-in-America.html?slide=1> de febrero de 2016
- Cobb, R., & Elder, C. (1971). The politics of agenda-building: an alternative perspective for modern democratic theory. *Journal of Politics*(33), 892-915.
- Cobb, R., & Elder, C. (1972). *Participation in American Politics: The Dynamics of Agenda-Building* (Segunda ed.). Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Cobb, R., & Elder, C. (septiembre de 1984). Agenda-Building and the Politics of Aging. *Policy Sciences Journal*, 70(1), 126-138.
- Colas, D. (1992). *La Glaive et le fleau: généalogie du fantaisme et de la société civile*. París: Bernard Grasset.
- Comín, F. (2013). *Historia económica mundial. De los orígenes a la actualidad* (Primera ed.). Madrid, España: Alianza Editorial.
- Consejo Económico y Social de la Ciudad de México. (2015). *Consejo Económico y Social de la Ciudad de México (CES)*. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://cescdmx.gob.mx/>
- Consejo Nacional de Población, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. (2013). *Delimitación de las Zonas Metropolitanas de México 2010*. Ciudad de México: CONAPO - INEGI. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de http://www.conapo.gob.mx/en/CONAPO/Zonas_metropolitanas_2010
- Conway, A.-M., & Murphy, L. (Edits.). (2012). *Compendium for the civic economy. What our cities, town and neighbourhoods should learn from 25 trailblazers* (Second revised and extended ed.). Netherlands: 00:/ , trancity, valiz & Nesta.
- Cornejo, I. (2007). *El lugar de los encuentros: comunicación y cultura en un centro comercial*. Ciudad de México: Universidad Iberoamericana.
- Cornejo, I., & Fortuny, P. (marzo de 2011). "Corrías sin saber adónde ibas" Proceso migratorio de mayas yucatecos a San Francisco, California. *Cultura y representaciones sociales*(10), 82-106. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://revistas.unam.mx/index.php/crs/article/view/24450/22978>
- Cornejo, I., & Guadarrama, L. A. (Edits.). (2013). *Culturas en comunicación : entre la vocación intercultural y las tecnologías de información*. Ciudad de México: Tintable - UAM Cuajimalpa - Universidad Autónoma del Estado de México.
- Cornejo, I., & Guerrero, M. A. (Edits.). (2011). *Investigar la comunicación en el México de hoy*. Ciudad de México: Universidad Iberoamericana.

- Cornejo, I., & Portillo, M. (Edits.). (2012). *¿Comunicación posmasiva? : revisando los entramados comunicacionales y los paradigmas teóricos para comprenderlos*. Ciudad de México: Universidad Iberoamericana.
- Costa, C., & Piñeiro, T. (2013). *Estrategias de comunicación multimedia*. Barcelona: UOC.
- Cushman & Wakefield. (2014). *Office Space Across the World 2014*. Londres: Cushman & Wakefield. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://www.cushmanwakefield.com/~media/global-reports/OSATW%202014%20Publication%20updated.pdf>
- Cushman & Wakefield. (2015). *Winning in growth cities*. A Cushman & Wakefield Capital Markets Research Publication, Nueva York. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://www.cushmanwakefield.com/~media/global-reports/Winning-in-Growth-Cities-2015-2016-PDF.pdf>
- Dameri, R., & Rosenthal-Sabroux, C. (Edits.). (2014). *Smart City. How to Create Public and Economic Value with High Technology in Urban Space*. Suiza: Springer International Publishing.
- Davis, K. (1959). *The World's Metropolitan Areas*. Berkeley: University of California.
- de Elizagarate, V. (2003). *Marketing de ciudades* (Primera ed.). Madrid: Pirámide.
- De Fleur, M., & Ball-Rokeach, S. (1994). *Teorías de la comunicación de masas* (Segunda ed.). (J. Soler, Trad.) Ciudad de México: Paidós.
- de la Garza, E. (2012). *Tratado de metodología de las ciencias sociales: perspectiva actuales*. México: Fondo de Cultura Económica - UAM.
- de Mattos, C. (2012). Restructuración económica y metamorfosis urbana en América Latina: de la ciudad a la región urbana. *Questiones Urbano Regionales*, 1(1), 77-100.
- Delgado, A., & Perló, M. (2000). *El estado del conocimiento sobre el mercado del suelo urbano en México*. Zinacantepec, Estado de México, México: El Colegio Mexiquense A.C. & Lincoln Institute of Land Policy. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://ru.iis.sociales.unam.mx/jspui/handle/IIS/4903>
- della Porta, D., & Keating, M. (2008). *Enfoques y metodologías en las Ciencias Sociales*. Nueva York: Cambridge.
- Denzin, N., & Lincoln, Y. (2015). *Métodos de recolección y análisis de datos. Manual de Investigación Cualitativa Vol. IV*. Barcelona: Gedisa.

- Devriendt, L., Boulton, A., Brunn, S., Derudder, B., & Witlox, F. (Enero de 2011). Searching for Cyberspace: The Position of Major Cities in the Information Age. *Journal of Urban Technology*, 18(1), 73-92.
- Dexter, L. A. (2012). *Elite and specialized interviewing*. UK: ECPR Press.
- Díaz, C. (2013). *Los cafés en México en el siglo XIX* (Primera ed.). Ciudad de México, México: UNAM Coordinación de Humanidades.
- Eade, J., & Mele, C. (Edits.). (2002). *Understanding the city. Contemporary and future perspectives*. UK: Blackwell Publishing.
- Edelman, M. (1977). *Political Language: Words that Succeed and Policies that Fail*. Nueva York: Institute for the Study of Poverty.
- Edwards, R. (1993). *The pursuit of reason. The Economist 1843-1993* (Primera ed.). UK: Hamish Hamilton LTD.
- El Economista. (18 de septiembre de 2012). Forbes mantiene al Chapo Guzmán en su lista. *El Economista*. Recuperado el 15 de febrero de 2015, de <http://eleconomista.com.mx/sociedad/2012/09/18/forbes-mantiene-chapo-guzman-su-lista>
- Ericsson. (2014). *Networked Society City Index 2014*. Estocolmo: Ericsson. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://www.ericsson.com/res/docs/2014/networked-society-city-index-2014.pdf>
- Escobar, S. (2007). *Globalización y sus efectos en la migración México-Estados Unidos*. Ciudad de México: Porrúa - Universidad Anáhuac, México Norte.
- Escobar, S. (2009). *China y sus reformas estructurales*. Ciudad de México: Porrúa - Universidad Anáhuac.
- Esteve, F. (2004). Información económica. En J. Fernández (Ed.), *Periodismo especializado* (Primera ed., págs. 263-284). Barcelona, España: Ariel.
- Expansión. (2015). *Las 500 empresas más importantes de México*. (CnnExpansión) Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://www.cnnexpansion.com/rankings/2015/las-500-empresas-mas-importantes-de-mexico-de-expansion-2015>
- Fernández, J. (Ed.). (2004). *Periodismo especializado* (Primera ed.). Barcelona, España: Ariel.
- Fischer, C. (1992). *America Calling: A Social History of the Telephone to 1940*. Berkeley: University California Press.
- Flick, U. (2007). *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid: Morata.

- Flick, U. (2014a). *El diseño de investigación cualitativa*. Madrid: Morata.
- Flick, U. (2014b). *La gestión de la calidad en investigación cualitativa*. Madrid: Morata.
- Fombrun, C. J. (1998). Indices of Corporate Reputation: An Analysis of Media Rankings and Social Monitors' Ratings. *Corporate Reputation Review*, 1(4), 327-340.
- Forbes. (2015). Forbes 400. The richest people in America. *Forbes*. Recuperado el 15 de febrero de 2015, de <http://www.forbes.com/forbes-400/>
- Forbes. (2015). The World's Most Powerful People. (K. Dill, Ed.) *Forbes*. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://www.forbes.com/powerful-people/>
- Fortunati, L. (2002). The mobile phone: towards new categories and social relations. *Information, Communication and Society*, 5(4), 513-528.
- Fortunati, L. (2005). The mobile phone between local and global. En K. Nyiri (Ed.), *A Sense of Place: The Global and the Local in Mobile Communication* (págs. 61-70). Vienna: Passagen Verlag.
- Fortune. (2005). *Fortune 500. A database of 50 years of FORTUNE's list of America's largest corporations*. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de http://archive.fortune.com/magazines/fortune/fortune500_archive/full/1955/
- Franklin, A. (2010). *City Life*. India: Sage.
- Freeman, C. (1982). *The Economics of Industrial Innovation*. Londres: Frances Pinter.
- Friedmann, J. (2002). *The Prospect of Cities*. Minnesota, USA: University of Minnesota Press.
- Friedmann, J., & Wolff, G. (1982). World city formation: an agenda for research and action. *International Journal of Urban and Regional Research*(3), 309-344.
- Frobel, F. (1980). *The New International Division of Labour*. Cambridge: CUP.
- Fu-chen, L., & Yue-man, Y. (Edits.). (1998). *Globalization and the worls of large cities* (Primera ed.). USA: United Nations University Press.
- Garduño, R., Ibarra, J. E., & Dávila, R. (septiembre-diciembre de 2013). La medición de la competitividad en México: ventajas y desventajas de los indicadores. *REALIDAD, DATOS Y ESPACIO. REVISTA INTERNACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA*, 28-53. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de http://www.inegi.org.mx/RDE/RDE_10/Doctos/RDE_10_Art2.pdf
- Garza, A. (2000). *Manual de técnicas de investigación para estudiantes de ciencias sociales* (Sexta ed.). Ciudad de México, México: El Colegio de México.

- Geddes, P. (1915). *Cities in evolution: an introduction to the town planning movement and to the study of civics* (Primera ed.). Londres, UK: Williams & Norgate.
- Gerdes, L. (13 de septiembre de 2007). The Best Places to Launch a Career. *Businessweek*. Recuperado el 15 de febrero de 2015, de <http://www.bloomberg.com/bw/stories/2007-09-13/the-best-places-to-launch-a-careerbusinessweek-business-news-stock-market-and-financial-advice>
- Gibbs, G. (2012). *El análisis de datos cualitativos en investigación cualitativa*. Madrid: Morata.
- Giménez, G. (2000). Territorio cultura e identidades. La región socio-cultural. En R. Rosales, *Globalización y regiones en México* (págs. 19-52). México: UNAM-Miguel Ángel Porrúa.
- Glaeser, E. (2011). *El triunfo de las ciudades* (Primera ed.). (F. C. Basús, Trad.) Ciudad de México, México: Santillana.
- Goh, R. (2011). Competitive cities and human scales: The semiotics of urban excess. *Semiotica*, 185(1-4), 189-211. doi:10.1515/semi.2011.038
- Gordo, Á., & Serrano, A. (. (2008). *Estrategias y prácticas cualitativas de investigación social*. Madrid: Pearson Prentice Hall.
- Gould, S. J. (1980). *The Panda's Thumb: More Reflections on Natural History*. Nueva York: W. W. Norton.
- Govers, R., & Go, F. (2009). *Place branding. Glocal, Virtual and Physical Identities, Constructed, Imagined and Experienced* (Primera ed.). USA: Palgrave Macmillan.
- Graham, S. (Ed.). (2004). *The Cybercities Reader*. Londres: Routledge.
- Gugler, J. (Ed.). (2004). *World Cities Beyond the West. Globalization, Development and Inequality*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Guterbock, T. (1997). The Polls-Review. Why Money Magazine's "Best Places" Keep Changing. *Public Opinion Quarterly*, 339-355.
- Haas, E. (1990). *When Knowledge is Power: Three Models of Change in International Organisations*. Berkeley: University of California Press.
- Habermas, J. (2010). *Facticidad y validez. Sobre el derecho y el estado democrático de derecho en términos de teoría del discurso* (sexta ed.). (M. Jiménez, Trad.) Trotta.
- Habermas, J. (2014). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública* (Primera 12a tirada ed.). (A. Doménech, Trad.) Barcelona: Gustavo Gili.
- Hall, P. (1966). *The World Cities* (Primera ed.). Nueva York: McGraw-Hil World University Library.

- Harrop, M. (Ed.). (1992). *Power and Policy in Liberal Democracies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Harvey, D. (2013). *Ciudades rebeldes. Del derecho de la ciudad a la revolución urbana*. Salamanca: Ediciones Akal.
- Hedrick-Wong, Y., & Choong, D. (2015). *2015 Global Destination Cities Index. Tracking Global Growth: 2009-2015*. MasterCard. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2015/06/MasterCard-GDCI-2015-Final-Report1.pdf>
- Hernández, R. (2014). La investigación cualitativa a través de entrevistas: su análisis mediante la teoría fundamentada. *Cuestiones Pedagógicas*, 187-210.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta ed.). Perú: McGraw-Hill/Interamericana Editores.
- HIC-AL. (2011). *Carta de la Ciudad de México por el Derecho a la Ciudad. Por nuestro derecho a la ciudad*. México: Habitat International Coalition América Latina.
- Hirsch, F. (1977). *The Social Limits to Growth*. Londres: Routledge & Kegan Paul.
- Hobsbawm, E. (2011). *La era del capital 1848-1875* (Primera ed.). (Á. García, Trad.) Barcelona, España: Crítica.
- Hobsbawm, E. (2013). *La era de la revolución 1789-1848* (Primera ed.). (F. Ximénez, Trad.) Barcelona, España: Crítica.
- Hobsbawm, E. (2015). *La era del imperio 1875-1914* (Primera ed.). (J. Faci, Trad.) Ciudad de México, México: Editorial Planeta Mexicana.
- Huertas, A. (2014). *La comunicación de los territorios, los destinos y sus marcas. Guía práctica de aplicación desde las relaciones públicas* (Primera ed.). Barcelona: UOC.
- Hymer, S. (1972). The multinational corporation and the law of uneven development. En J. Bhagwati (Ed.), *Economics and World Order from the 1970s to the 1990s* (págs. 113-140). Collier-MacMillan.
- Institute for Higher Education Policy. (mayo de 2006). *Berlin Principles on Ranking of Higher Education Institutions*. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://www.ihep.org/research/publications/berlin-principles-ranking-higher-education-institutions>
- Instituto Mexicano para la Competitividad A.C. (2014). *Índice de Competitividad Urbana 2014 ¿Quién manda aquí? La gobernanza de las ciudades y el territorio de México*. Ciudad de

México: IMCO. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de http://www.imco.org.mx/indices/documentos/2014_ICU_Libro_La_gobernanza_de_las_ciudades_y_el_territorio_en_Mexico.pdf

- Jarvis, J. (2015). *El fin de los medios de comunicación de masas ¿Cómo serán las noticias del futuro?* (Primera ed.). (J. Paredes, Trad.) Ciudad de México, México: Paidós.
- Jefferson, M. (abril de 1939). The Law of the Primate City. *Geographical Review*, 29(2), 226-232. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://www.jstor.org/stable/209944>
- Jefferson, M. (julio de 1940). The Great Cities of the United States. *Geographical Review*, 31(3), 479-487. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://www.jstor.org/stable/210181>
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2015). *Cultura transmedia. La creación de contenido y valor en una cultura en red.* (X. Gaillard, Trad.) Barcelona: Gedisa.
- Jensen, K. (2014). La comunicación en contextos. Más allá de las dicotomías masa-individuo y online-offline. En K. Jensen (Ed.), *La comunicación y los medios. Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa* (M. Sánchez-Ventura, Trad., Primera ed., págs. 294-319). Ciudad de México, México: Fondo de Cultura Económica.
- Johnson, S. (2001). *Emergence: The Connected Lives of Ants, Brains, Cities, and Software.* Nueva York: Scribner.
- Katz, B., & Bradley, J. (2013). *The Metropolitan Revolution. How Cities and Metros Are Fixing Our Broken Politics and Fragile Economy* (Primera ed.). Harrisonburg, Virginia, USA: The Brookings Institution.
- Katz, J. (2004). A nation of ghosts? Choreography of mobile communication in public spaces. En K. Nyiri (Ed.), *Mobile Democracy: Essays on Society, Self and Politics* (págs. 21-31). Vienna: Passagen Verlag.
- Katz, R. L. (1988). *The Information Society: An International Perspective.* Nueva York: Praeger.
- Kleniewski, N. (Ed.). (2005). *Cities and Society.* UK: Blackwell Publishing.
- Knox, P. L., & Taylor, P. J. (Edits.). (1995). *World cities in a world-system* (Primera ed.). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Konrad, A. (28 de septiembre de 2012). America's 50 Best Cities. *Bloomberg.* Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://www.bloomberg.com/bw/slideshows/2012-09-26/americas-50-best-cities>
- Kresl, P. (1998). La respuesta de la economía urbana al Tratado de Libre Comercio de América del Norte: planificar para la competitividad. *Economía, Sociedad y Territorio*, 1(4), 695-722.

- Kresl, P. (2010). Competitividad urbana: una revisión de la teoría y la práctica. En J. Sobrino (Ed.), *Competitividad urbana. Una perspectiva global y para México* (Primera ed., págs. 39-50). Ciudad de México, México: El Colegio de México A.C.
- Kresl, P., & Singh, B. (1999). Competitiveness and the Urban Economy: Twenty-four Large US Metropolitan Areas. *Urban Studies*, 36(5-6), 1017-1027.
- Krugman, P. (1996). Making Sense of the Competitiveness Debate. *Oxford Review of Economic Policy*, 12(3), 483-499.
- Kuhn, T. (1962). *The Structure of Scientific Revolutions*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kvale, S. (1996). *An Introduction to Qualitative Research Interviewing*. California: Sage Publications.
- Kvale, S. (2011). *Las entrevistas en investigación cualitativa*. Madrid: Morata.
- Lefebvre, H. (1978). *El Derecho a la Ciudad*. Barcelona: Ediciones Península.
- Lever, W., & Turok, I. (1999). Competitive Cities: Introduction to the Review. *Urban Studies*, 36(5-6), 791-794.
- Lezama, J. L. (1998). *Teoría social. Espacio y ciudad* (Primera ed.). Ciudad de México, México: El Colegio de México.
- Lindblom, C., & Woodhouse, E. (1993). *The Policy-making Process*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Lizy, J., & Eeckhout, L. (Edits.). (2006). *Performance Evaluation and Benchmarking* (Primera ed.). Boca Ratón, Florida, USA: Taylor & Francis Group.
- Lloyd's. (1960). Edward Lloyd's Coffee Shop - 1960s reconstruction. *Lloyd's archive - Edward Lloyd's Coffee Shop*. Londres, UK: Lloyd's. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <https://www.youtube.com/watch?v=u8ND1hcLaXk>
- Lloyd's. (15 de febrero de 2013). *Lloyd's Celebrating 325 Years. The Story of Edward Lloyd*. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <https://www.lloyds.com/news-and-insight/news-and-features/lloyds-news/lloyds-news-2013/lloyds-at-325-the-story-of-edward-lloyd>
- Lyon, D. (1988). *The Information Society: Issues and Illusions*. Cambridge: Polity Press.
- Malecki, E. (2002). The Economic Geography of the Internet's Infrastructure. *Economic Geography*(78), 399-424.

- Manzano, N. (2010). Competitividad entre metrópolis de América Latina. En J. Sobrino (Ed.), *Competitividad urbana. Una perspectiva global y para México* (Primera ed., págs. 147-182). Ciudad de México, México: El Colegio de México A.C.
- Marcuse, P., & van Kempen, R. (Edits.). (2005). *Globalizing cities. A new spatial order?* (Primera ed.). UK: Blackwell Publishing.
- Maritime Intelligence. (2016). *Lloyd's List*. (Informa UK Limited) Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://www.lloydslist.com/ll/>
- Martínez, P. (2015). La producción del espacio en la ciudad latinoamericana. El modelo del impacto del capitalismo global en la metropolización. *Hallazgos*(12), 211-229.
- MasterCard Worldwide. (2008). *Worldwide Centers of Commerce Index*. MasterCard Worldwide. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de https://www.mastercard.com/us/company/en/insights/pdfs/2008/MCWW_WCoC-Report_2008.pdf
- Mazlish, B. (1993). *The Fourth Discontinuity: The Co-evolution of Men and Machines*. New Haven: Yale University Press.
- McCann, E. (Septiembre de 2004). 'Best Places': Interurban Competition, Quality of Life and Popular Media Discourse. *Urban Studies*, 41(10), 1909-1929.
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento* (Primera ed.). (Ó. Fontrodona, Trad.) Barcelona, España: Paidós.
- McNeill, W., & McNeill, J. (2004). *Las redes humanas*. Barcelona: Crítica.
- McPhail, T. L. (2014). *Global communication. Theories, stakeholders, and trends*. West Sussex, UK: Wiley Blackwell.
- McQuire, S. (2010). *The Media City. Media, Architecture and Urban Space*. UK: SAGE.
- Mercado, A. (Octubre-Diciembre de 2009). El top ten de las ciudades, una crítica de la medición de la competitividad municipal y urbana. *Problemas del desarrollo. Revista latinoamericana de economía*, 40(159), 169-190.
- Mercer Human Resource. (2015a). *2015 Quality Of Living Rankings*. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <https://www.imercer.com/content/quality-of-living.aspx>
- Mercer Human Resource. (2015b). *Cost of Living City Rankings*. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <https://www.imercer.com/content/cost-of-living.aspx>

- Merino, M. (2013). *Políticas públicas. Ensayo sobre la intervención del Estado en la solución de problemas públicos* (Primera ed.). Ciudad de México, México: Centro de Investigación y Docencia Económicas.
- Meyrowitz, J. (2004). Global and nomads in the digital veldt. En K. Nyiri (Ed.), *Mobile Democracy: Essays on Society, Self and Politics* (págs. 73-90). Vienna: Passagen Verlag.
- Meyrowitz, J. (2004). The rise of glocality: new senses of place and identity in the global village. *Keynote address at the Conference on The Global and the Local in Mobile Communication: Places, Images, People, Connections*. Budapest.
- Millán, H. (1996). La competitividad de la industria manufacturera del Estado de México. *Seminario de Investigación*. Zinacantepec: El Colegio Mexiquense.
- Millán, R. (diciembre de 2009). Sistema global del arte: museos de arte contemporáneo, bienales y ferias como mecanismos de posicionamiento urbano en los circuitos globales de intercambio. *EURE*, 35(106), 155-169. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612009000300008>
- Mitchell, W. (2002). *Me++: The Cyborg Self and the Networked City*. Cambridge: MIT Press.
- Mokyr, J. (1990). *The lever of Riches: Technological Creativity and Economic Progress*. Oxford: Oxford University Press.
- Mollica, S., Lucchini, M., & Hirsch, G. (2010). Government and governance - how to build and sustain a consistent focus: the case of three Italian cities. En P. Kresl (Ed.), *Economic Strategies for Mature Industrial Economies* (págs. 90-111). Chenttenham, UK: Edward Elgar.
- Monge, P., & Contractor, N. (2003). *Theories of Communication Networks*. Oxford: Oxford University Press.
- Monje, C. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Guía didáctica*. Neiva: Universidad Surcolombiana.
- Monocle. (junio de 2015). *The Monocle Quality of Life Survey 2015*. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <https://monocle.com/film/affairs/the-monocle-quality-of-life-survey-2015/>
- Mulgan, G. (1991). *Communication and Control, Networks and the New Economies of Communication*. Cambridge: Polity Press.
- Mullan, C. (13 de abril de 2015). American Cities of the Future 2015/16 Winners. *fDiIntelligence. Global Insight From The Financial Times LTD*. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://www.fdiintelligence.com/Locations/Americas/American-Cities-of-the-Future-2015-16-Winners>

- Negroponte, N. (1996). *Being digital* (Primera ed.). Nueva York: Vintage.
- Newbigin, J. (2010). *La economía creativa. Una guía introductoria*. Londres: British Council.
- Nicholls, R., Hanson, S., Herweijer, C., Patmore, N., Hallegatte, S., Corfee-Morlot, J., & Muir-Wood, R. (2008). *Ranking Port Cities with High Exposure and Vulnerability to Climate Extremes: Exposure Estimates*. París: OECD. doi:10.1787/19970900
- Nora, S., & Minc, A. (1978). *L' Informatisation de la société*. París: La Documentation Française.
- ONU-HABITAT & SEDESOL. (2011). *Estado de las ciudades de México 2011*. Ciudad de México, México: ONU-HABITAT.
- Ordorika, I., & Rodríguez, R. (2008). *Comentarios al Academic Ranking of World Universities 2008*. Universidad Nacional Autónoma de México, Dirección General de Evaluación Institucional. Ciudad de México: UNAM. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://www.dgei.unam.mx/arwu.pdf>
- Ordorika, I., & Rodríguez, R. (2010). El ranking Times en el mercado del prestigio universitario. *Perfiles Educativos, XXXII*(129), 8-29.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2004). *Territorial Reviews. Mexico City*. Francia: OECD.
- Orum, A. M., & Chen, X. (2003). *The world cities. Places in comparative and historical perspective*. UK: Blackwell Publishing.
- Palmer, J. (1970). The harlot's prerogative. En R. Boston (Ed.), *The Press of Deserve*. Londres: Routledge and Kegan Paul.
- Parsons, W. (1990). *The power of the financial press* (Primera ed.). New Jersey, USA: Rutgers University Press.
- Parsons, W. (2012). *Políticas públicas. Una introducción a la teoría y la práctica de las políticas públicas* (Primera ed.). (A. Acevedo, Trad.) Ciudad de México, México: FLACSO Sede Académica de México.
- Pengfei, N. (2010). Estatus competitivo de las ciudades de México entre las ciudades del mundo. En *Sobrino, Jaime* (Primera ed., págs. 117-146). Ciudad de México, México: El Colegio de México A.C.
- Pengfei, N., & Kresl, P. (2010). *The Global Urban Competitiveness Report - 2010* (Primera ed.). Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Pengfei, N., Kresl, P., & Wei, L. (Edits.). (2015). *The global urban competitiveness report 2013* (Primera ed.). Cheltenham, UK: Edward Elgar.

- Perez, C. (1983). Structural Change and the Assimilation of New Technologies in the Economic and Social Systems. *Futures*, 357-375.
- Pérez, P. (2004). El periodismo de precisión como técnica para la información especializada. En J. Fernández (Ed.), *Periodismo especializado* (Primera ed., págs. 146-169). Barcelona, España: Ariel.
- Pérez, R. (2013). *Estrategias de comunicación* (cuarta ed.). Barceñona: Ariel.
- Perló, M. (1995). Las Ciudades Mexicanas: Plataforma Estratégica para el Desarrollo Nacional. En C. Bustamente (Ed.), *Evaluación Actual y Propuestas para el Desarrollo Urbano en México. Séptimo seminario de economía urbana* (págs. 121-151). México: UNAM - Instituto de Investigaciones Económicas. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://ru.iiec.unam.mx/1961/1/05%20EvaluacionActual.pdf>
- Perló, M. (2011a). *Cities in Times of Crisis: The Response of Local Governments in Light of the Global Economic Crisis: the role of the formation of human capital, urban innovation and strategic planning*. University of California Berkeley, Institute of Urban and Regional Development. Berkeley: IURD. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://escholarship.org/uc/item/3432p4rb>
- Perló, M. (2011b). Las ciudades en tiempos de crisis. En J. L. Curbelo, M. Parrilli, & F. Alburquerque, *Territorios innovadores y competitivos* (págs. 471-492). Madrid: Orkestra - Instituto Vasco de Competitividad - Fundación Deusto - Marcial Pons. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://ru.iis.sociales.unam.mx/jspui/handle/IIS/3385>
- Perló, M., & Carrera, A. (septiembre de 2007). En los rankings nacionales e internacionales ¿qué lugar ocupa la Ciudad de México? *Íconos. Temas inmobiliarios*, 1(9), 6-9.
- Porter, M. (1995). The Competitive Advantage of the Inner City. *Harvard Business Review*, 73(3), 55-71.
- Porter, M. (1996). Competitive Advantage, Agglomeration Economics, and Regional Policy. *International Regional Science Review*, 19(1-2), 85-94.
- Postman, N. (1985). *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. Nueva York: Penguin Books.
- Postman, N. (1992). *Technopoly*. Nueva York: Penguin Books.
- Poulantzas, N. (1978). *L'Etat, le pouvoir, le socialisme*. París: Presses Universitaires de France.
- Precedo, A., Orosa, J., & Mínguez, A. (agosto de 2010). De la planificación estratégica al marketing urbano: hacia la ciudad inmaterial. *Eure*, 36(108), 5-28.
doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612010000200001>

- Purnick. (2009). *Mike Bloomberg. Money, Power, Politics* (Primera ed.). Nueva York, USA: PublicAffairs.
- Radiotelevisión Española. (16 de junio de 2013). El mundo según el sociólogo Manuel Castells. *Pienso, luego existo*. (J. Dávila, Ed.) Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://www.rtve.es/television/20130616/sociologo-manuel-castells/686369.shtml>
- Ramírez, B., & Pradilla, E. (Edits.). (2013). *Antologías. Teorías y políticas territoriales*. Ciudad de México: UAM.
- Ratti, C., & Nabian, N. (2010). La ciudad venidera. En BBVA, *Innovación. Perspectivas para el siglo XXI* (págs. 383-397). España: BBVA.
- Reed, H. (1981). *The Preeminence of International Financial Centers*. Nueva York: Praeger.
- Rhodes, R. (1988). *Beyond Westminster and Whitehall: The Sub-Central Governments of Britain*. Londres: Unwin Hyman.
- Richardson, J., & Jordan, A. (1979). *Governing Under Pressure: The Policy Process in a Post-Parliamentary Democracy* (Primera ed.). Oxford: Martin Robertson.
- Rodkin, J., & Levy, F. (2015). Best Business Schools 2015. *Bloomberg Businessweek*. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://www.bloomberg.com/features/2015-best-business-schools/>
- Rogerson, R. (1999). Quality of Life and City Competitiveness. *Urban Studies*, 36(5-6), 969-985.
- Roszak, T. (1988). *El culto a la información*. Barcelona: Crítica.
- Rubin, R., Rubin, A., Haridakis, P., & Piele, L. (2010). *Communication research. Strategies and sources* (Primera ed.). Boston, USA: Wadsworth.
- Sabatier, P. (1991). Toward better theories of the policy process. *PS: Political Science and Politics*(24), 147-156.
- Sabatini, F., Robles, M., & Vásquez, H. (diciembre de 2009). Gentrificación sin expulsión, o la ciudad latinoamericana en una encrucijada histórica. *Revista_180*(24), 18-25. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de http://www.revista180.udp.cl/ediciones/24/gentrificacion_24.htm
- Salvaggio, J. L. (1989). *The Information Society: Economic, Social, and Structural Issues*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.
- Sassen, S. (1994). *Cities in a World Economy* (Primera ed.). USA: Pine Forge Press.

- Sassen, S. (1998). *Globalization and Its Discontents. Essays on the new mobility of people and money* (Primera ed.). Nueva York: The New Press.
- Sassen, S. (2001a). Elementos teóricos y metodológicos para el estudio de la ciudad global. En F. Carrión (Ed.), *La ciudad construida. Urbanismo en América Latina* (Primera ed., págs. 177-198). Quito, Ecuador: FLACSO sede Ecuador.
- Sassen, S. (2001b). *The global city. New York, London, Tokyo* (segunda ed.). Princeton: Princeton University Press.
- Sassen, S. (Ed.). (2002). *Global Networks. Linked Cities*. Nueva York, USA: Routledge.
- Sassen, S. (2005). Situando ciudades en circuitos globales. En C. Arce, E. Cabrero, & A. Ziccardi (Edits.), *Ciudades del siglo XXI: ¿competitividad o cooperación?* (Primera ed., págs. 23-64). Ciudad de México, México: H. Cámara de Diputados LIX Legislatura - CIDE - Miguel Ángel Porrúa.
- Sassen, S. (diciembre de 2007). El reposicionamiento de las ciudades y regiones urbanas en una economía global: ampliando las opciones de políticas gobernanza. *EURE*, XXXIII(100), 9-34.
- Sassen, S. (2009). La ciudad global: introducción a un concepto. En BBVA, *Las múltiples caras de la globalización* (págs. 50-62). Madrid: BBVA.
- Sassen, S. (2015). The specialized differences: one key vector in urban competitiveness. En N. Pengfei, P. Kresl, & L. Wei (Edits.), *The global urban competitiveness report 2013* (Primera ed., págs. 117-126). Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Sautu, R., Boniolo, P., Dalle, P., & Elbert, R. (2005). *Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. Buenos Aires: Clacso.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva* (Primera ed.). Barcelona, España: Gedisa.
- Scolari, C. (enero-junio de 2009). Alrededor de la(s) convergencia(s): Conversaciones teóricas, divergencias conceptuales y transformaciones en el ecosistema de medios. *Signo y Pensamiento*, XXVIII(54), 44-55.
- Scolari, C. (junio de 2010). Ecología de los medios. Mapa de un nicho teórico. *Quaderns del CAC*, XIII (1)(34), 17-25.
- Scolari, C. (Marzo-Junio de 2010). Hipermediaciones (o cómo estudiar la comunicación sin quedar embobados frente a la última tecnología de California). 145-153. (D. Fraticelli, Entrevistador, & FCS-UBA, Editor) Revista LIS.

- Scolari, C. (2012). Media Ecology: Exploring the Metaphor to Expand the Theory. *Communication Theory*(22), 204-225.
- Scolari, C. (Ed.). (2015). *Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones* (Primera ed.). Barcelona, España: Gedisa.
- Shoji, K. (1990). Le Nipponisme comme méthode sociologique. Originalité, particularité, universalité. Documento de debate. Tokio: Departamento de Sociología de la Universidad de Tokio.
- Short, J., & Yeong-Hyun, K. (1999). *Globalization and the City*. Nueva York, USA: Addison Wesley Longman.
- Siemens AG. (2010). *Latin American Green City Index*. Munich: Siemens AG. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://www.siemens.com/press/pool/de/events/corporate/2010-11-lam/Study-Latin-American-Green-City-Index.pdf>
- Smith, D., & Timberlake, M. (2001). World City Networks and Hierarchies, 1977-1997: An Empirical Analysis of Global Travel Links. *American Behavioral Scientist*, 44(10), 1656-1678.
- Smith, J. (8 de mayo de 2012). The Best Cities For Finding Employment Right Now. *Forbes*. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://www.forbes.com/sites/jacquelynsmith/2012/05/08/the-best-cities-for-finding-employment-right-now/#4ebf71d86c8b>
- Sobrinho, J. (mayo-agosto de 2002). Competitividad y ventajas competitivas: revisión teórica y ejercicio de aplicación a 30 ciudades de México. *Estudios Demográficos y Urbanos*(50), 311-361.
- Sobrinho, J. (2005). Competitividad territorial: ámbitos e indicadores de análisis. *Economía, Sociedad y Territorio, Dossier especial*, 123-183.
- Sobrinho, J. (Ed.). (2010). *Competitividad urbana. Una perspectiva global y para México* (Primera ed.). Ciudad de México, México: El Colegio de México A.C.
- Sotomayor, R. (mayo-junio de 2015). Especial ciudades. Colombia crece. Ranking de las mejores ciudades para hacer negocios en América Latina. *AméricaEconomía*, 80-88. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://rankings.americaeconomia.com/mejores-ciudades-2015/>
- Sperling, B. (1985). *Sperlings best places. Info on Cost of Living, Schools, Crime Rates, House Prices, and more...* (B. Sperling, Editor) Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://www.bestplaces.net/>
- Susser, I. (Ed.). (2002). *The Castells Reader on Cities and Social Theory* (Primera ed.). UK: Blackwell Publishers.

- Taylor, P. J. (2004). *World City Network. A global urban analysis*. Londres, UK: Routledge.
- Taylor, S., & Bogdan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados*. Madrid: Paidós.
- Tenenti, A. (2011). *La edad moderna XVI-XVIII* (Primera ed.). Barcelona, España: Crítica.
- The City Mayors Foundation. (2003). *City Mayors Running The World's Cities*. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de http://www.citymayors.com/sections/rankings_content.html
- The Economist. (15 de Octubre de 2011). Which MBA? The top thirty. *The Economist*. Recuperado el 15 de febrero de 2015, de <http://www.economist.com/node/21532270>
- The Economist. (18 de Agosto de 2015). The world's most 'liveable' cities. *The Economist*. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://www.economist.com/blogs/graphicdetail/2015/08/daily-chart-5>
- The Economist. (2016). *About us*. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://www.economist.com/help/about-us>
- The Economist Intelligence Unit. (2 de julio de 2009). Business travel ranking. Business and pleasure. *The Economist*. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://www.economist.com/node/13934558>
- The Economist Intelligence Unit. (2015). *Worldwide Cost of Living Report 2015*. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de http://www.worldwidecostofliving.com/asp/wcol_WCOLHome.asp
- The Financial Times. (2016). Global MBA Ranking 2016. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://rankings.ft.com/businessschoolrankings/global-mba-ranking-2016>
- Toret, J., & Monteverde, A. (enero/marzo de 2014). 15-M: acontecimiento, emociones colectivas y movimientos en red. (J. Godó, Ed.) *Vanguardia. Dossier(50)*, 36-43.
- Touraine, A. (1969). *La Société post-industrielle*. París: Denoel.
- UN-HABITAT. (2013). *STATE OF THE WORLD'S CITIES 2012/2013 Prosperity of Cities*. New York: UN-Habitat - Routledge. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://mirror.unhabitat.org/pmss/getElectronicVersion.aspx?nr=3387&alt=1>
- Union Bank of Switzerland. (2015). *Prices and earnings*. Switzerland: UBS. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de https://www.ubs.com/microsites/prices-earnings/edition-2015/_jcr_content/mainpar/gridcontrol_0/col2/teaser_0.501532191.file/bGluay9wYXRoPS9jb250ZW50L2RhbsS91YnMvbWljcm9zaXRlcy9wcmIjaW5nZWYybmluZ3MvdWJzLXByaWNlc2FuZGVhcm5pbmdzLTlwMTUtZW4ucGRm/ubs-pricesande

- United Nations. (2008). *World urbanization prospects. The 2007 Revision*. Department of Economic and Social Affairs. Population Division. New York: UN. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de http://www.un.org/esa/population/publications/wup2007/2007WUP_Highlights_web.pdf
- United Nations Development Programme. (2011). *Informe sobre Desarrollo Humano 2011. Sostenibilidad y Equidad: Un mejor futuro para todos*. Nueva York: PNUD. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr_2011_es_complete.pdf
- Universidad de Navarra. (2014). *IESE Cities in Motion Índice 2014*. IESE Business School, Centro de Globalización y Estrategia. Madrid: IESE. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de www.iese.edu/es/multimedia/IndiceCitiesMotion2014_tcm42-156290.pdf
- Universidad del Rosario Colombia. (2014). *Ranking de ciudades latinoamericanas para la atracción de inversiones*. Centro de Pensamiento en Estrategias Competitivas. Universidad de Rosario. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://www.urosario.edu.co/competitividad/documentos/Informe-INAI-CEPEC-IDN-2014-14051-VF.pdf>
- Valles, M. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social*. España: Síntesis.
- Valles, M. (2002). *Entrevistas cualitativas*. España: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Van Riper, T. (4 de Abril de 2012). The Best Cities For Raising A Family. *Forbes*. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://www.forbes.com/sites/tomvanriper/2012/04/04/the-best-cities-for-raising-a-family/#625e17455cc5>
- Vasiliachis de Gialdino, I. (. (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona: Gedisa.
- Wengraf, T. (2012). *Qualitative Research Interviewing*. London: SAGE.
- Wheeler, D. R., Deichmann, U., Pandey, K. D., & Hamilton, K. E. (2006). *Air Pollution in World Cities (PM10 Concentrations)*. Washington D.D.: Banco Mundial. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://econ.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/EXTDEC/EXTRESEARCH/0,,contentMDK:20785646~pagePK:64214825~piPK:64214943~theSitePK:469382,00.html>
- Wheeler, J., Aoyama, Y., & Warf, B. (Edits.). (2000). *Cities in the Telecommunications Age: The Fracturing of Geographies*. Nueva York: Routledge.
- Wichmann, C., Winkel, A., & Find, S. (2006). World cities of knowledge: research strength, networks and nodality. *Journal of Knowledge Management*, 10(5), 14-25. doi:1108/13673270610691143

- Williams, F. (Ed.). (1988). *Measuring the Information Society*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Winkler, M., & Sondang, J. (2014). *The Bloomberg Way. A Guide for Reporters and Editors* (Vigésima Quinta ed.). New Jersey: Wiley.
- Woodward, K. (Ed.). (1980). *The Myths of Information: Technology and Postindustrial Culture*. Londres: Routledge & Kegan Paul.
- Working Mother. (7 de septiembre de 2015). 2015 Working Mother 100 Best Companies. We celebrate 3 decades of Best Companies, with an eye toward the future. *Working Mother*. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <http://www.workingmother.com/2015-working-mother-100-best-companies>
- Zanuck, D., Macgowan, K. (Productores), Ferris, W., Kenyon, C., Pascal, E. (Escritores), & King, H. (Dirección). (1936). *Lloyd's of London* [Película]. USA: 20th Century Fox. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de <https://www.youtube.com/watch?v=pPrTrVe6XIU>
- Zook, M. (junio de 2001). Old Hierarchies or New Networks of Centrality? The Global Geography of the Internet Content Market. *American Behavioral Scientist*, 44(10).
- Zook, M., & Brunn, S. (2006). From Podes to Antipodes: Positionalities and Global Airline Geographies. *Annals of the Association of American Geographers*, 471-490.