

Innovación y Emprendimiento en el Discurso Político Chileno**

Patricio Moya Muñoz^{1*}, Francisco Molina Jara¹

Resumen: El objetivo de esta investigación es determinar el significado político que han adoptado las nociones de ‘innovación’ y ‘emprendimiento’ en las cuentas públicas presidenciales del 21 de mayo en Chile desde el año 1990 hasta 2016, con el fin de revelar tanto las construcciones discursivas asociadas a estos términos como la manera en que éstas se relacionan con las prácticas políticas a través del tiempo. Para lograrlo, se emplearon herramientas de la lingüística de corpus para realizar el análisis del discurso político. Los resultados arrojaron que tanto ‘innovación’ como ‘emprendimiento’ son conceptos que están asociados a aspectos económicos. Además, mientras el primero se comienza a usar de manera sistemática en los discursos del primer gobierno de Michelle Bachelet, el segundo es empleado principalmente en los discursos de Sebastián Piñera. En cuanto a los ámbitos temáticos, ‘innovación’ se entiende, en mayor medida, como un concepto esencial en el desarrollo productivo del país y ‘emprendimiento’ se entiende como un trabajo en sí.

Palabras clave: innovación; emprendimiento; discurso político.

Innovation and Entrepreneurship in Chilean Political Discourse

Abstract: The objective of this research is to determine the political signification of the notions of innovation and entrepreneurship in the presidential public accounts of May 21 in Chile from 1990 to 2016, in order to reveal both the discursive constructions associated with these terms and the way they relate to political practices over time. To achieve this, corpus linguistics tools are used for the analysis of political discourse. The results showed that both innovation and entrepreneurship are concepts that are associated with economic aspects. In addition, while the first begins to be used systematically in the speeches of the first government of Michelle Bachelet, the second is used mainly in Sebastian Piñera's speeches. Regarding the thematic areas, innovation is understood as an essential concept in the productive development of the country and entrepreneurship is understood as a job in itself.

Keywords: innovation, entrepreneurship, political discourse

Submitted: January 19th 2017 / Approved: November March 28th 2017

1. Introducción

En la actualidad, Chile se está enfrentando a desafíos que requieren de la participación de una serie de actores comprometidos con el progreso social y productivo. Dichos desafíos se encuentran relacionados, principalmente, con alcanzar los índices de calidad de vida que se encuentran en países desarrollados. Este salto cualitativo y cuantitativo depende del cambio sustancial en la manera en la que se concibe la práctica económica en el país: una economía basada en la explotación de recursos naturales (como ha ocurrido hasta el momento) no facilitará las condiciones necesarias para superar las brechas que impiden el desarrollo, en otras palabras, “[...] la estructura productiva del país, concentrada en la extracción y exportación de recursos naturales y de procesos productivos de bajo nivel tecnológico y de escaso contenido de conocimiento, está lejos de asegurar el crecimiento económico en el largo plazo” (Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, 2015, p. 5). En este sentido, el enfoque que tiene que tomar el país debe estar orientado hacia una economía en la que se enfatice el conocimiento, la innovación y, por supuesto, el capital humano (Bitrán, 2008). Reorientar las políticas públicas hacia la innovación y el emprendimiento se constituye como una necesidad fundamental, en la medida en que son las formas más efectivas en las

que se puede contribuir con el progreso social y económico de los países (World Economic Forum, 2009). En este contexto, durante los últimos años en Chile se ha incentivado, desde la esfera pública, el desarrollo en innovación y emprendimiento, puesto que se entiende que solo gracias a este tipo de iniciativas se pueden alcanzar niveles económicos y sociales propios de los países desarrollados.

En la actualidad ‘innovación’ y ‘emprendimiento’ se han convertido en conceptos fundamentales en las discusiones académicas y políticas sobre la economía y el futuro de los negocios (Salaman y Storey, 2002; Perren y Jennings, 2005; Perren y Sapsed, 2013). Desde un punto de vista discursivo, la ‘innovación’ se ha abordado desde diferentes perspectivas. Salaman y Storey (2002) investigaron la percepción que tenían distintos gerentes del área de las tecnologías sobre la naturaleza de las teorías de la innovación que subyacían en sus prácticas dentro de las empresas. Los resultados demostraron que los límites de pensamiento que regían la innovación de estos gerentes estaban dominados por una cultura organizacional que imponía barreras que dificultaban la generación de procesos innovadores. Por su parte, Linton (2009) analizó el lenguaje de la innovación en la literatura especializada y pudo establecer un marco de referencia que permite

(1) Laboratorio de Innovación y Emprendimiento, Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas, Universidad de Chile, Santiago, Chile.

*Autor de correspondencia: pmoyam@uchile.cl

** El presente estudio fue realizado en el marco del proyecto “Una Nueva Ingeniería para el 2030” (código 14ENI2-26863) de la Universidad de Chile, financiado por CORFO. Los autores también agradecen el apoyo brindado tanto por el prof. Felipe Álvarez, Vicedecano de la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas de la Universidad de Chile y Director del Proyecto “Una Nueva Ingeniería para el 2030” (al momento de la realización de este trabajo), como por el prof. Juan D. Velásquez, Subdirector del mismo proyecto.



entender la complejidad del significado de la innovación. En la misma línea, Denicolai (2010) identificó las palabras que más se relacionaban con innovación en las definiciones de la literatura especializada, a saber: novedad, proceso, éxito, espíritu emprendedor, implementación, mercado y cambio.

De la misma manera, el discurso sobre el ‘emprendimiento’ ha sido estudiado a partir de orientaciones divergentes. Por ejemplo, Drakopoulou (2002) desarrolló un modelo cultural del emprendimiento en Estados Unidos a partir del análisis de las metáforas que los emprendedores usan para dar sentido al emprendimiento en las narrativas de su vida y sus negocios. Este modelo cultural resulta fundamental para entender las características más fuertes y profundas que poseen los emprendedores sobre sus propias perspectivas y aspiraciones en relación con el proceso emprendedor. Además, en Nicolson y Anderson (2005) se comparó el discurso del emprendimiento en los artículos de noticias desde 1989 hasta el 2000 en un diario británico. El análisis reveló que los emprendedores hombres eran metaforizados como lascivos, gurús sobrenaturales, cohetes exitosos, salvadores de la comunidad o, simplemente, salvadores corruptos de la sociedad. Esta noción es complementaria con aquellas investigaciones que señalan que la imagen del emprendimiento es dual: negativa y positiva. Así, Perren y Jennings (2005) encontraron contradicciones en la manera en la que el emprendedor era concebido en las páginas web de los gobiernos, es decir, se representaba tanto como un ejecutor autosuficiente de la economía como un niño subyugado que necesitaba la ayuda gubernamental para sobrevivir.

Sin embargo, a pesar de la importancia que han adquirido, estos términos no se han investigado de forma consistente en el contexto del discurso político. Si bien se reconocen algunas aproximaciones importantes (Anderson, Drakopoulou y Scott, 2000; Horth y Steyaert, 2004; Miazhevich, 2007; Öрге, 2011), rescatamos, a nuestro juicio, los estudios más relevantes que se han llevado a cabo. Perren y Sapsed (2013) investigaron el uso de término innovación en el discurso parlamentario británico desde la década de 1960 hasta la primera década del 2000. Los resultados dieron cuenta de que la frecuencia del concepto había aumentado durante el periodo estudiado, se utilizaba en una gran cantidad diferente de temas y, por último, se pudo determinar que se asociaba tanto con las barreras que impiden la innovación como con quienes la dirigen en último término: el gobierno. Esta orientación ayuda en la comprensión de términos que no están del todo claros en estos discursos, puesto que:

El entender cómo el significado de la palabra *innovación* ha cambiado en el discurso parlamentario debe dar a conocer los símbolos y reglas que los políticos han asociado a este término, cómo han cambiado con el tiempo, qué acciones ‘performativas’ se han tomado en nombre de la innovación y la manera en que los políticos se han comprometido con el concepto para legitimar sus acciones y las de sus instituciones² (Perren y Sapsed, 2013, p. 1817).

Por otro lado, Perren y Dannreuther (2012) intentaron revelar las construcciones discursivas asociadas al término emprendedor y cómo éstas conllevan acciones subyacentes a la práctica política. Al igual que en Perren y Sapsed (2013), se exploraron los cambios en la construcción discursiva del término emprendimiento a través del análisis del discurso parlamentario de los últimos 40 años en Gran Bretaña. Los resultados indicaron que “ciertas palabras y frases como ‘emprendedor’ o ‘pequeña empresa’, que son parte del lexicon del *management*, se utilizan como ‘significantes flotantes’ cargados políticamente, que reflejan matices ideológicos profundamente arraigados en las creencias sociales” (p. 1816).

Estudiar la *significación política* (Perren y Dannreuther, 2012) que adquieren los términos innovación y emprendimiento en el discurso político entrega luces sobre la orientación ideológica de las políticas públicas asociadas. En este sentido, el lenguaje del discurso político –entendido como aquel que es producido por actores políticos en contextos institucionales como gobiernos, parlamentos o partidos políticos (Van Dijk, 2002) y que es portador del mensaje de aquellos que ostentan el poder– cuenta con tres funciones estratégicas (Chilton, 2004): coerción; legitimización y deslegitimización; y representación y tergiversación. Mientras la coerción se refiere a los actos de habla que producen control sobre el discurso (en tanto estrategia de poder), la estrategia de legitimización y deslegitimización se identifica con la necesidad, de los actores políticos, por establecer el derecho a que sean obedecidos por la ciudadanía. Por su parte, con respecto a la representación y tergiversación, el control político implica el control de la información, ya sea desde un punto de vista cuantitativo o cualitativo. La tergiversación cualitativa se puede plasmar de diferentes maneras: omisiones, evasiones, negaciones, eufemismos o significados implícitos de distinto grado de las unidades léxicas.

Este uso ambiguo de las unidades léxicas es una de las características esenciales del discurso político, puesto que posibilita que diferentes destinatarios infieran significados contradictorios (Gallardo Paúls, 2014). Lo anterior se relaciona con el concepto de *significante flotante* o *vacío*, que, a juicio de Nabers (2009), está caracterizado por un significado indistinto o no existente, es decir, términos que pueden tener diferentes significados. En este sentido, tanto la ‘innovación’ como el ‘emprendimiento’ han sido caracterizados como *significantes flotantes* (Perren y Dannreuther, 2012 y Perren y Sapsed, 2013) en la medida en que adoptan su significado a partir del contexto en el que son utilizados. Por tanto, aproximarse al análisis de estos términos desde una orientación discursiva nos parece necesario, ya que tal como señala Chilton (2004, p. 45):

Solo en y a través del lenguaje se pueden emitir mandatos y amenazas, hacer preguntas, hacer ofertas y promesas, siempre y cuando se haya convencido a los interlocutores de que cada uno tiene los recursos necesarios para hacer que el acto de habla sea creíble. Y sólo a través del lenguaje vinculado a las instituciones sociales se puede declarar la guerra, declararse culpable o no culpable, prorrogar los parlamentos o aumentar o bajar los impuestos.

(2) Todas las traducciones de las citas son nuestras.

Considerando que el discurso político permite identificar tanto la postura de un determinado actor político, así como la manera en que se desea transmitir el mensaje a la audiencia de dicho discurso (Wilson, 2001; Van Dijk, 2002; Chilton, 2004; Gallardo Paúls, 2014), la presente investigación (siguiendo a Perren y Danrreuther, 2012; Perren y Sapsed, 2013 e Ivanova, 2015) busca determinar el significado político que han adoptado las nociones de ‘innovación’ y ‘emprendimiento’ en las cuentas públicas presidenciales del 21 de mayo en Chile desde 1990 hasta 2016, con el fin de revelar tanto las construcciones discursivas asociadas a estos términos como la manera en que estas se relacionan con las prácticas políticas a través del tiempo.

2. Método

El discurso de 21 de mayo es un tipo de discurso político en el que el presidente, frente al poder legislativo, da cuenta al país sobre el estado administrativo y político de la nación. Desde un punto de vista lingüístico se ha definido como una

“... variedad de discurso que, realizando funciones informativas, evaluativas y argumentativas, implica una mirada retrospectiva por parte del hablante, quien recapitula en él las acciones gubernamentales durante el año de gobierno inmediatamente anterior a la cuenta” (Soto y Zenteno, 2010, p.335).

Estos discursos son muy útiles para la investigación en general, dado que son representativos de lo que desea transmitir el jefe de estado y ayuda a descubrir, en nuestro caso, de qué manera se comunican los conceptos de ‘innovación’ y ‘emprendimiento’ a los ciudadanos (es decir, qué enfoque y en qué contexto se refieren a estos).

El corpus corresponde a todos los discursos presidenciales del 21 de mayo desde 1990 hasta 2016 (n=27), que fueron descargados directamente desde la página web de la Biblioteca del Congreso Nacional de Chile³. Se almacenaron en formato texto plano para facilitar su posterior análisis. Algunos de estos discursos se encontraban en formato PDF generado a partir de imágenes, por lo que la transformación a texto plano implicó, primero, el uso del programa Tesseract⁴ y, posteriormente, una revisión completa de los discursos en cuestión para corregir los errores que surgieron del uso del programa. Por otro lado, cabe mencionar que se ha escogido un enfoque basado en corpus, puesto que permite identificar y analizar complejas asociaciones de patrones que serían muy costosas de analizar de otra manera (Biber, Conrad y Reppen, 1998).

Para analizar los textos, se empleó el programa Antconc (Anthony, 2014), que permite realizar una serie de tareas propias del análisis de la lingüística de corpus. En primer lugar, se caracterizó el tamaño del corpus, tal como se especifica en la Tabla 1.

Tabla 1. Características del corpus

	Años	Tokens
Aylwin	1990-1993	75.900
Frei	1994-1999	104.512
Lagos	2000-2005	62.996
Bachelet	2006-2009	62.294
Piñera	2010-2013	62.857
Bachelet	2014-2016	47.365
	Total	415.924

En segundo lugar, gracias al uso del mismo programa, se recuperaron las unidades léxicas que son relevantes para nuestra investigación con su respectiva frecuencia. Con el fin de ser más exhaustivos en la identificación de las unidades y no operar solo con las palabras innovación y emprendimiento, los discursos fueron lematizados (a través del mismo programa)⁵. Al lematizar los discursos se han reconocido los siguientes lemas para cada una de las nociones:

1. Innovación: innovación, innovador, innovativo, innovar.

2. Emprender: emprendimiento, emprendedor, emprender⁶.

Por último, se identificaron los colocados de las unidades léxicas en un análisis KWIC (Keyword in Context) con el fin de establecer el significado que desea transmitir cada presidente a las nociones mencionadas. El análisis de concordancias es una técnica analítica muy valiosa porque permite desplegar un gran número de ejemplos de una unidad en su contexto original (Evison, 2010), lo que facilita el análisis temático (identificando los campos temáticos recurrentes) en este tipo de entornos. Esta estrategia ayudará a determinar lo que desean transmitir los diferentes gobiernos en relación con la ‘innovación’ y el ‘emprendimiento’, puesto que, tal como señala Wilson (2001, p. 406) “... no solo la simple ocurrencia de un término es importante, sino que también lo son los conjuntos de colocaciones, que a su vez producen y se basan en esquemas ideológicos para confirmar o reconfirmar visiones particulares del mundo”.

Para categorizar los campos temáticos con los que se identifican los conceptos no se lleva a cabo solo una revisión de las colocaciones más frecuentes, sino que se analiza el contexto de aparición global, con el fin de determinar, fehacientemente, la manera en la que se comprenden por parte de los gobiernos. De esta manera, los ámbitos temáticos, a partir de los cuales se infiere el significado que adquieren los términos, está determinado por su contexto de aparición.

(3) Disponible en http://historiapolitica.bcn.cl/mensajes_presidenciales

(4) Tesseract es un optical captural retrieval gratuito que permite transformar archivos PDF en otro tipo de archivo legible para los programas de lingüística de corpus.

(5) El listado de lemas utilizado fue descargado desde <http://www.lexiconista.com/en/> y modificado específicamente para la presente investigación.

(6) En estos lemas, se consideran las variaciones de género, número y las respectivas conjugaciones verbales.

3. Resultados y discusión

A partir de la aplicación de los métodos propuestos anteriormente, en este apartado se detallarán los resultados de cada uno de los conceptos estudiados de manera separada: ‘innovación’, por un lado, y ‘emprendimiento’, por otro. En cada uno de estos, se entregarán, en primer lugar, los aspectos cuantitativos del análisis y, posteriormente, a partir del análisis en contexto de las unidades léxicas, los resultados cualitativos que permitirán aproximarse al significado que adquieren estos conceptos en cada uno de los gobiernos desde 1990 hasta 2016.

3.1 Innovación

Con respecto al concepto de ‘innovación’, en la Tabla 2, se muestran las frecuencias totales y normalizadas del concepto, lo que nos permite entender la variación histórica que ha manifestado el uso de la noción desde 1990 hasta 2016. Se aprecia que en ambos gobiernos de Michelle Bachelet (2006-2010 y 2014-2016) la frecuencia promedio en los discursos es mayor en comparación con el resto de los gobiernos (0,67 y 0,65 veces por cada 1.000 palabras). Por otro lado, la frecuencia más baja se observa durante el gobierno de Ricardo Lagos (0,21 veces por cada 1.000 palabras), con una frecuencia incluso menor a la de sus predecesores (durante el gobierno de Patricio Aylwin se reporta 0,25 veces por cada 1.000 palabras, mientras que en el de Eduardo Frei, 0,34 por cada 1.000 palabras). Cabe destacar, además, la apropiación que hace del concepto Michelle Bachelet, lo que se puede comprobar, asimismo, con la menor frecuencia que presenta en el gobierno de Sebastián Piñera (0,29 veces por cada 1.000 palabras).

Tabla 2. Casos del concepto ‘innovación’ en los discursos presidenciales del 21 de mayo por gobierno (1990-2016)

	Frecuencia total ‘innovación’ (N=veces en el corpus)	Frecuencia normalizada ‘innovación’ (n=veces por cada 1.000 palabras) ¹
Aylwin (1990-1993)	19	0,25
Frei (1994-1999)	36	0,34
Lagos (2000-2005)	13	0,21
Bachelet (2006-2009)	42	0,67
Piñera (2010-2013)	18	0,29
Bachelet (2014-2016)	31	0,65

Desde otra perspectiva, de acuerdo al análisis KWIC realizado, se determinó el ámbito temático con el que se relaciona el concepto de ‘innovación’ para cada presidente. Como se aprecia en el Gráfico 1, se identificaron ocho ámbitos temáticos que se relacionan con la ‘innovación’: economía, emprendimiento, estructuras estatales, investigación, educación, tecnología, agricultura y salud. Dichos ámbitos facilitan el acceso al significado que se le quiere dar al término en cada uno de los mandatos.

Esta multiplicidad de temas asociados se podría explicar porque la ‘innovación’ se transforma en un concepto con una carga semántica positiva que viene a remediar todas las dificultades que se puedan encontrar en el país, tal como asegura Godin (2008, p. 5): “... la

innovación se ha convertido en el emblema de la sociedad moderna, una panacea para resolver muchos problemas y un fenómeno que debe ser estudiado”. Dado lo anterior, el campo temático con el que más es asociada la ‘innovación’ es el económico (0,14 veces por cada 1.000 palabras), con lo que se refuerza el vínculo que se establece entre: lograr ser una sociedad altamente innovadora y conseguir el progreso económico nacional. Asimismo, esta interpretación se reafirma al reconocer que el segundo ámbito temático más frecuente con el que se asocia la ‘innovación’ es el emprendimiento, es decir, se juzgan las prácticas innovadoras en función del posterior ingreso de dicha innovación en el mercado incluyendo un factor de riesgo económico. Así, los principales campos temáticos que se utilizan en el discurso político chileno se orientan hacia una de las interpretaciones más extendidas de la innovación en la actualidad: “La innovación es la combinación de un proceso inventivo y un proceso emprendedor para crear un nuevo valor económico” (Hindle, 2009, p. 5).

Gráfico 1. Campos temáticos del concepto ‘innovación’ (frecuencia normalizada)

Sin embargo, no basta tan solo con identificar los campos temáticos asociados, sino que es necesario analizar de qué manera se comportan estas áreas temáticas en cada gobierno. En el Gráfico 2, se puede observar que desde el gobierno de Aylwin (incluso hasta el segundo de Bachelet) se entiende que la innovación cumpliría un rol importante en el desarrollo económico del país. Durante este periodo, destaca el vínculo de la ‘innovación’ tanto con las estructuras estatales (dadas las transformaciones en la estructura administrativa del país luego de la dictadura militar) como con la tecnología (por ejemplo, a través de la implementación del proyecto Enlaces, que buscaba entregar conexión a Internet a las escuelas y liceos del país).

El gobierno de Frei, a través de sus discursos, destaca por su relación tanto con la economía, propiamente tal, como con la educación y la agricultura. Con respecto al ámbito educacional, cabe señalar que durante este periodo se implementaron grandes reformas educacionales, como la jornada escolar completa, la renovación de los materiales de estudio (textos escolares) y la reforma curricular. Por su parte, la identificación de la ‘innovación’ con el sector agrícola probablemente esté motivada por la ampliación por 15 años del decreto D.L. 701, que bonifica en un 75% las plantaciones forestales de pino y eucalipto (creado en 1974).

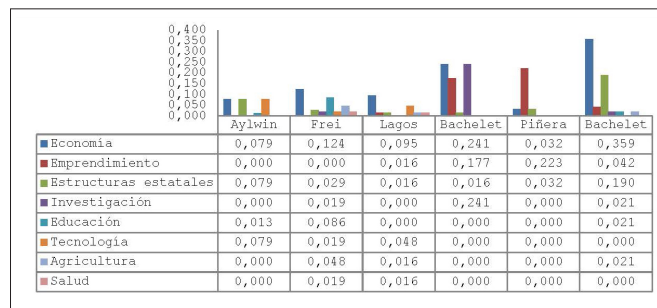
Como se ha mencionado anteriormente, durante el gobierno de Lagos se evidenció la menor frecuencia de ‘innovación’. En cualquier caso, la economía y la tecnología son los campos temáticos más frecuentes con los que se asocia en este periodo.

Durante el primer gobierno de Bachelet se observa un aumento en la frecuencia del concepto ‘innovación’. Dicho aumento podría relacionarse con la puesta en marcha del Consejo Nacional de Innovación para el Desarrollo (CNID)⁷, cuya misión es asesorar al Presidente en la identificación, formulación y ejecución de las políticas que fortalezcan la competitividad en el país. En este contexto, se entiende que son materias de competencia de la innovación: la formación de capital humano, el desarrollo productivo, la transferencia tecnológica y la ciencia. De ahí, se desprende que los principales ámbitos con los que se asocia la ‘innovación’ sean: la economía, el emprendimiento y la investigación.

Ya con Piñera se puede observar una orientación diferente a lo que sucedió en el gobierno anterior: la ‘innovación’ se entiende, prácticamente, solo en función del emprendimiento, considerando ambos conceptos como los motores que facilitan el progreso económico. Lo anterior se ratifica al revisar la orientación que adquieren las políticas públicas al respecto. Por ejemplo, en este gobierno se suele hablar del incentivo a la “cultura de la innovación y el emprendimiento”, que se verá beneficiada gracias a una serie de instancias provenientes del Ministerio de Economía. Además, desde Corfo se busca fomentar la innovación para mejorar la productividad de Chile. Se entiende, por tanto, la innovación como una práctica económica desprovista de otra función.

Un cambio en la forma en la que se concibe la noción de ‘innovación’ es la que presenta el segundo gobierno de Bachelet, el que, si bien entiende la ‘innovación’ como parte esencial de la práctica económica, deja de relacionarla de manera clara con el emprendimiento, como sí lo hizo el gobierno de Piñera. Al mismo tiempo, vuelve a relacionar la ‘innovación’ con las grandes estructuras estatales, lo que se relacionaría con el carácter propio del gobierno: un gobierno de grandes reformas (educacional y tributaria, por ejemplo). Cabe destacar, por último, que se deja de considerar la relación entre innovación e investigación como sí lo hizo en su primer periodo. Se deja ver, por tanto, el carácter eminentemente económico que adopta el término. A través de la innovación, se busca enfrentar de la mejor manera posible uno de los principales desafíos de las sociedades modernas: la productividad.

Gráfico 2. Campos temáticos del concepto ‘innovación’ por presidente (frecuencia normalizada)



3.2 Emprendimiento

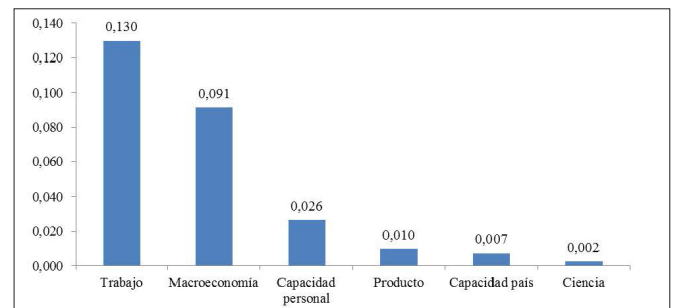
En la Tabla 3, se pueden observar las frecuencias normalizadas del concepto de ‘emprendimiento’ a lo largo de los diferentes gobiernos. Así, se trataría de un concepto que es muy infrecuente en los dos primeros gobiernos estudiados (0,04 veces por cada 1.000 palabras durante el gobierno de Aylwin y 0,08 en el de Frei), lo que acentúa la idea de que es un término relativamente nuevo dentro del discurso político y económico a nivel nacional. La frecuencia empieza a aumentar con el gobierno de Lagos (0,24 veces), puesto que presenta el triple de frecuencia que sus antecesores. Estos datos ratifican que este gobierno tiene una fuerte orientación económica, ya que el concepto de ‘emprendimiento’ tiene una frecuencia mayor, incluso, que el de innovación. Posteriormente, durante el primer gobierno de Bachelet la noción se asienta como un tópico cuya importancia va en aumento, al presentar una frecuencia de 0,43 veces. Asimismo, se desprende que es un término empleado, mayormente, durante el gobierno de Piñera (0,56 veces) lo que entrega ciertas luces sobre prácticas ideológicas: el ‘emprendimiento’ tiene una mayor importancia que la innovación. Por otro lado, aunque el segundo gobierno de Bachelet presenta frecuencias más altas que el primero (0,49 veces), son cifras menores a las que se pueden observar en los discursos de Piñera.

Tabla 3. Casos del concepto ‘emprendimiento’ en los discursos presidenciales del 21 de mayo por gobierno (1990-2016)

	Frecuencia total ‘emprendimiento’ (N=veces en el corpus)	Frecuencia normalizada ‘emprendimiento’ (n=veces por cada mil palabras)
Aylwin (1990-1993)	3	0,04
Frei (1994-1999)	8	0,08
Lagos (2000-2005)	15	0,24
Bachelet (2006-2009)	27	0,43
Piñera (2010-2013)	35	0,56
Bachelet (2014-2016)	23	0,49

Al llevar a cabo el análisis KWIC al concepto de ‘emprendimiento’, se pudieron establecer seis ámbitos temáticos con los que se relaciona el ‘emprendimiento’: trabajo, macroeconomía, capacidad personal, producto, capacidad país y ciencia. Como se ve en el Gráfico 3, el ‘emprendimiento’ se suele relacionar con el ámbito económico en general, con el que se vincula desde diferentes ejes. Por ejemplo, el ámbito con el que más se identifica es el trabajo, es decir, se entiende el ‘emprendimiento’ como un oficio o profesión para ganarse la vida. En la misma línea, es comprendido como parte esencial del progreso macroeconómico del país.

Gráfico 3. Campos temáticos del concepto ‘emprendimiento’ (frecuencia normalizada)



El análisis por presidente entrega resultados interesantes. En primer lugar, los tres primeros gobiernos (Aylwin, Frei y Lagos) presentan frecuencias bajas del concepto y sus vínculos no son fuertes con ninguna área temática específica (no hay predominancia de un área sobre otra). Como sea, se observa que la relación entre emprendimiento como motor de la macroeconomía del país se documenta desde el gobierno de Aylwin (0,026 veces por cada 1.000 palabras).

En el gobierno de Frei, se dan los primeros casos en los que se identifica el ‘emprendimiento’ como una práctica laboral (0,019 veces), aunque la vinculación más fuerte sigue siendo con aspectos macroeconómicos (0,038). Durante el mandato de Lagos, se comienza a ver una diversificación mayor de las áreas temáticas que se identifican con el ‘emprendimiento’. Si bien sigue habiendo una articulación predominante con la macroeconomía y con el ‘emprendimiento’ en tanto producto (0,063 veces cada una de las áreas), el trabajo (0,048), la capacidad país y la capacidad personal (0,032) también adquieren relevancia en este periodo. Este énfasis es funcional a las políticas públicas que se empezaron a desarrollar en esta época. El año 2001 se creó el programa Chile Emprende, cuyo objetivo era promover las alianzas entre los actores públicos y privados en un nivel local para fortalecer y facilitar el desarrollo de oportunidades de negocio para pequeños y medianos empresarios. De esta manera, creemos que la aplicación de este programa es el primer paso que provocó un cambio en el discurso político: los pequeños y medianos empresarios pasan a llamarse emprendedores.

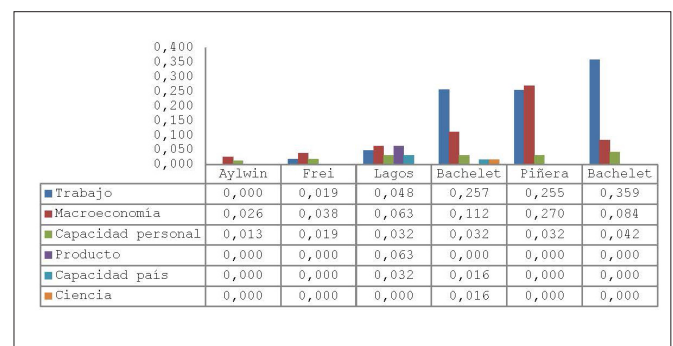
La frecuencia del término aumenta durante el primer gobierno de Bachelet y se relaciona fuertemente tanto con el trabajo (0,257 veces por cada 1.000 palabras) como con la macroeconomía (0,112). Se desprende de los resultados que el ‘emprendimiento’ es entendido, principalmente, como un trabajo que cumple una función esencial en el desarrollo macroeconómico del país. Como se ha venido mencionando, la interpretación de los resultados depende en gran medida de las políticas públicas que se hubieran implementado en los periodos que se están estudiando. En este caso, resulta interesante destacar la implementación, desde el año 2005, del fondo Capital Semilla Emprende del Servicio de Cooperación Técnica (Sercotec). El objetivo de este programa no es tan solo entregar dinero a las pequeñas empresas, sino que se les entrega asesoría técnica y financiera para llevar a cabo sus proyectos. Quienes obtienen este beneficio reciben una formación que les permite desempeñarse de manera efectiva en el entorno económico; así, el Estado cumple con la misión de profesionalizar las prácticas de los pequeños empresarios. Con esto, se reafirmaría lo que hubiera comenzado en el gobierno anterior: el cambio de denominación a los pequeños y medianos empresarios.

El gobierno de Piñera es el que manifiesta la frecuencia más alta y, además, los vínculos semánticos del concepto de ‘emprendimiento’ varían en comparación con el gobierno anterior. La asociación más frecuente es con el ámbito de la macroeconomía (0,270 veces por cada 1.000 palabras) y, posteriormente, con trabajo (0,255). A nuestro juicio, estos resultados se identifican con las prácticas ideológicas que se observan en las políticas implementadas, ya que el foco de este gobierno estuvo en el fomento al emprendimiento para elevar los niveles

de productividad del país: Start-Up Chile, Día Nacional del Emprendimiento, diversificación de fondos de fomento al emprendimiento (capital semilla para ideas de negocio y capital semilla para emprendimiento menor a un año), sello ProPyme, entre otras.

Por último, el segundo gobierno de Bachelet pretende marcar distancia con respecto a lo que postula el mandato de Piñera. En este periodo, la mandataria reafirma la vinculación del ‘emprendimiento’ como una fuente laboral (0,359 veces por cada 1.000 palabras) y en mucho menor medida con las prácticas macroeconómicas (0,084). En este sentido, el enfoque de las políticas públicas sigue siendo similar al de su primer gobierno, esto es, apoyo explícito a los pequeños emprendedores (a modo de formación) y aumento de las posibilidades de acceso a ecosistemas de ‘emprendimiento’.

Gráfico 4. Campos temáticos del concepto ‘emprendimiento’ por presidente (frecuencia normalizada)



4. Conclusiones

Para concluir, los resultados de esta investigación ayudan a entender cuál es el significado que se le quiere dar a los conceptos de ‘innovación’ y ‘emprendimiento’ en el discurso político chileno. El enfoque diacrónico adoptado permite visualizar que ambos conceptos tienen una presencia cada vez más activa en el discurso público a medida que se avanza en el tiempo: se comienzan a establecer como elementos esenciales del discurso de la productividad y el progreso económico nacional. Por lo mismo, se pudo observar que tanto la ‘innovación’ como el ‘emprendimiento’ presentan una fuerte orientación económica, considerando de forma muy escasa relaciones con áreas temáticas de otro tipo como ciencia o tecnología.

Las diferencias ideológicas en el empleo de estas nociones son mucho más latentes en los últimos tres gobiernos. Mientras el foco de Piñera estuvo puesto más en el emprendimiento que en la innovación, el de Bachelet fue completamente lo opuesto. Y las diferencias no tan solo se encuentran en las diferencias de las frecuencias de los conceptos: también las hay en las relaciones de los términos en cada uno de estos mandatos. Así, la innovación está asociada con prácticas económicas en general en los dos gobiernos de Bachelet y en el gobierno de Piñera se vincula directamente con el emprendimiento. Por otro lado, Bachelet entiende el emprendimiento como una fuente laboral más que como una característica que *per se* pueda actuar como motor de la macroeconomía nacional, como sí lo comprende Piñera.

Por último, cabe destacar el valor de la creación de este tipo de corpus textuales, en la medida en que permiten realizar una aproximación objetiva de lo que comúnmente se discute de manera impresionista.

Referencias

- Anderson, A., Drakopoulou, S. y Scott, M. (2000). Religion as an environmental influence on enterprise culture-The case of Britain in the 1980s. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 6(1), 5-20.
- Anthony, L. (2014). *AntConc (Version 3.4.3) [Computer Software]*. Tokyo, Japan: Waseda University. Disponible en <http://www.laurenceanthony.net/>.
- Biber, D., Conrad, S. y Reppen, R. (1998). *Corpus linguistics: Investigating language structure and use*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bitrán, E. (2008). Estrategia Nacional de Innovación para la Competitividad. *Seminario internacional: Políticas de Educación Superior: Explorando Horizontes, Riesgos y Posibilidades*, 12, 55-68.
- Chilton, P. (2004). *Analysing Political Discourse: Theory and Practice*. Londres: Psychology Press.
- Comisión Presidencial de la Ciencia Para el Desarrollo de Chile. (2015). *Un sueño compartido para el futuro de Chile*. Santiago: Consejo Nacional de Innovación para el Desarrollo.
- Denicolai, S. (2010). *Economia e management dell'innovazione*. Milán: Franco Angeli.
- Drakopoulou, S. (2002). Metaphors and meaning: A grounded cultural model of US entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 17(5), 519-535.
- Evison, J. (2010). What are the basics of analysing a corpus? En A. O'Keeffe y M. McCarthy (eds.). *The Routledge Handbook of Corpus Linguistics* (pp. 122-135). Londres: Routledge.
- Gallardo-Pauls, B. (2014). *Usos Políticos del lenguaje: Un discurso paradigmático*. Barcelona: Anthopos.
- Godin, B. (2008). In the shadow of Schumpeter: W. Rupert Maclaurin and the study of technological innovation, *Minerva* 46(3), 343-360.
- Gries, S. T. (2010). Useful statistics for corpus linguistics. *A mosaic of corpus linguistics: Selected approaches*, 66, 269-291.
- Hindle, K. (2009). The relationship between innovation and entrepreneurship: easy definition, hard policy. *AGSE: Regional Frontiers of Entrepreneurship Research*, 75-91.
- Hjorth, D. y Steyaert, C. (2004). *Narrative and discursive approaches in entrepreneurship: a Second Movements in Entrepreneurship Book*. Cheltenham, Reino Unido: Edward Elgar.
- Ivanova, A. (2015). El tema de la educación en los discursos políticos chilenos durante el periodo 2006-2013. *Universum* 30(2), 91-104.
- Linton, J. (2009). De-babelizing the language of innovation. *Technovation*, 29(11), 729-737.
- Miazhevich, G. (2007). Official media discourse and the self-representation of entrepreneurs in Belarus. *Europe-Asia Studies*, 59(8), 1331-1348.
- Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. (2015). *Plan Nacional de Innovación. 2014-2018*. Recuperado desde <http://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2014/12/Plan-Nacional-de-Innovaci%C3%B3n.pdf>.
- Nabers, D. (2009). Filling the void of meaning: Identity construction in US foreign policy after September 11, 2001. *Foreign Policy Analysis*, 5(2), 191-214.
- Nicolson, L. y Anderson, A. (2005). News and nuances of the entrepreneurial myth and metaphor. Linguistic games in entrepreneurial sense-making and sense-given. *Entrepreneurship Theory and Practice* 29(2), 153-172.
- Örge, Ö. (2013). Entrepreneurship policy as discourse: appropriation of entrepreneurial agency. *Entrepreneurial Business and Society*. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 37-57.
- Perren, L. y Dannreuther, C. (2012). Political signification of the entrepreneur: Temporal analysis of constructs, agency and reification. *International Small Business Journal*, 31(6), 603-628.
- Perren, L. y Jennings, P. (2005). Government discourses on entrepreneurship: issues of legitimization, subjugation, and power. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(2), 173-184.
- Perren, L. y Sapsed, J. (2013). Innovation as politics: The rise and reshaping of innovation in UK parliamentary discourse 1960-2005. *Research Policy*, 42(10), 1815-1828.
- Rogers, E. (2003). *The Diffusion of Innovations*. Nueva York: The Free Press.
- Salaman, G. y Storey, J. (2002). Managers' theories about the process of innovation. *Journal of Management Studies*, 39(2), 147-165.
- Soto, G. y Zenteno, C. La relación en el discurso entre el pretérito perfecto compuesto y las expresiones evaluativas: Análisis de una cuenta pública presidencial. *Signos* 43(73), 333-354.
- Van Dijk, T. (2002). Political Discourse and Political Cognition. En P. Chilton y C. Schäffner (eds.), *Politics as texts and talks* (203-238). Amsterdam: John Benjamins.
- Wilson, J. (2001). Political discourse. En D. Schiffrin, D. Tannen y H. Hamilton, *The Handbook of Discourse Analysis* (pp. 398-415). Oxford: Blackwell Publishers.
- World Economic Forum. (2009). *Educating the next wave of entrepreneurs: Unlocking entrepreneurial capabilities to meet the global challenges of the 21st century*. Switzerland: WEF.