

DEL PROLETARIADO AL COGNITARIADO

DEL VALOR-TRABAJO AL VALOR-CONOCIMIENTO

JOSÉ DOMINGO BEGAZO
E-mail: d180045@unmsm.edu.pe

A los que todavía quedan, a los integrantes del Jurassic Park ideológico

El concepto de valor-conocimiento es actualmente materia de una gran discusión en la literatura sobre Sociedad prospectiva. Este artículo trabaja los conceptos de valor-trabajo y el concepto de valor-conocimiento sobre todos los elaborados por los futurólogos japoneses Y. Masuda y T. Sakaiya. Aunque algunos todavía, como rezagos de un pensamiento marxista que se resiste a morir, siguen elucubrando sobre el Marx joven o el Marx viejo; y sus teorías sobre el trabajo directo y el trabajo indirecto en el proceso productivo.

- A. PRINCIPAL CARACTERÍSTICA DE LA SOCIEDAD INDUSTRIAL
- B. PRINCIPAL CARACTERÍSTICA DE LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO
- C. LA ESENCIA DE LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO

A. PRINCIPAL CARACTERÍSTICA DE LA SOCIEDAD INDUSTRIAL

Para analizar este tipo de Sociedad Industrial tenemos que utilizar las herramientas de análisis del materialismo histórico y dialéctico que desarrolló C. Marx a mediados del siglo pasado. Su planteamiento llevó a toda una configuración societal no sólo económica, sino también ideológica y política.

Ahora su mensaje es un mensaje agotado, sirvió para un modelo de sociedad basado en la

industria y en el maquinismo electromecánico. Pero ahora ya no va más.

Tratemos de ser lo más didáctico posible. Para medir cuánto se desarrollan y progresan las sociedades, Marx ideó el concepto de “*Modos de Producción*”.

Alvin Toffler indica que en la historia humana solamente han habido tres grandes revoluciones:

1. *Revolución agrícola*, que se inició hace diez mil años;
2. *Revolución industrial* iniciada hace trescientos años y;
3. *Revolución del conocimiento* (cuyos rasgos principales de cambio se dan a partir de 1955).

Es la interacción de esas revoluciones lo que explica que haya sociedades “*bisecadas*” o “*trisecadas*”.

En este capítulo seguiremos los enunciados marxistas; (y lo trabajado al respecto por

MODOS DE PRODUCCIÓN

	COMUNISMO PRIMITIVO	SOLEDAD ESCLAVISTA	SOLEDAD FEUDAL	CAPITALISMO	SOCIALISMO
	<i>Factor de Producción Dominante</i>				
<i>Estructura Técnica de Producción</i>	Trabajo Natural	Trabajo Organizado y la Tierra	Trabajo Organizado y la Tierra	Los medios Mecánicos y Automáticos de Producción	Los medios automáticos de Producción
	<i>Propiedad del Factor de Producción Dominante</i>				
<i>Relaciones Técnicas de Producción</i>	El Trabajador es dueño de su trabajo	El esclavo es Propiedad del Terrateniente al igual que la Tierra.	El siervo es de propiedad del Sr. Feudal al igual que la tierra.	Los medios Artificiales de Producción son de propiedad del capitalista	Los medios artificiales de Producción son de propiedad de Los trabajadores
	<i>Clase Dominante</i>				
<i>Relaciones Sociales de Producción</i>	Sociedad sin Clases	Los Terra- Tenientes Esclavistas	Los Señores Feudales	Los Capitalistas	Los Trabajadores

G. Alcántara).

Actualmente "la ley de correspondencia" entre las "estructuras técnicas de producción" y las "relaciones sociales de producción" pierden vigencia con el desarrollo inconmensurable de la ciencia y la técnica a partir de la revolución del conocimiento, aunado al fracaso del "socialismo real".

Y si adicionalmente el "proletariado" es sustituido por el "cognitariado" como clase fundamental en el proceso productivo, entonces pierde el proletariado la condición de clase estratégica en el desarrollo social y la dictadura del proletariado deja de ser una "necesidad histórica".

Según Marx, el "capitalismo" es el sistema que tiene como soporte el "capital", que hace girar en torno a él a los demás aspectos de la vida humana, al que debe precisamente su nombre.

Se indica que "Capital": "se refiere a todo aquello que sirve para extraer y amasar plusvalía".

"Capital" en la concepción marxista, no es un objeto, puede convertirse en capital, si es que alguien lo emplea para sacar "plusvalía" (en caso contrario, el dinero no es más que un medio de circulación).

"Plusvalía" es la clave de su teoría, y la clase obrera el agente social más importante desde el punto de vista estratégico.

Capital es plusvalía acumulada, pero no toda plusvalía se convierte en capital, sino la que se emplea para extraer más plusvalía.

La oposición de Marx al "capital" lo era sólo y únicamente a la "plusvalía", categoría que sólo tiene vigencia en tanto existe un régimen socio-económico que tiende a convertir todo en "mercancía" siendo la más importante la fuerza de trabajo del obrero. Se trata en suma de un pensamiento clasista, en la cual la clase obrera es la "productora directa".

Según Toffler en la "revolución del conocimiento" el "cognitariado o productor indirecto"

está reemplazando paulatinamente al “*proletariado o trabajador directo*”.

Indicamos que en la época medioeval no existía precio fijo para las cosas, la mano de obra o los servicios. Es decir el precio de un bien o pago de servicios no dependía del valor real como en la actualidad, donde si uno vende espera ganar.

En la Edad Media dependía de otras variables como el momento y el lugar y la capacidad de pago del comprador. Por ejemplo a un aristócrata un artículo le podía costar miles, mientras que a un mercader ese mismo producto le costaba cientos. El trueque era la forma más popular para realizar transacciones.

Marx indica que una de las características del sistema capitalista, es tratar de convertir la totalidad de los productos del trabajo en “*mercancías*” que son las mediadoras del “*valor*” y de la “*plusvalía*”.

Si no existiesen mercancías no habría valor y de no haber valor sería inexistente la plusvalía.

Pero hay una mercancía clave, sin la cual en realidad el capitalismo carecería de la posibilidad de extraer plusvalía, y por lo tanto el sistema mismo sería inexistente, si se tiene en cuenta que el sistema se sustenta en el capital, y esta categoría es la: “*acumulación de plusvalía*”.

Por eso es necesario entender la relación existente entre “*mercancía-fuerza de trabajo-capitalismo*” según la teoría marxista.

Marx en “*El Capital*” inicia la exposición de su obra con la definición de “*mercancía*” por considerarla célula básica del sistema económico capitalista.

La mercancía es el elemento más simple, sólo tiene dos elementos que son: “*valor de uso*” y “*valor de cambio*”.

El “*valor de uso*” es lo mismo que utilidad, o sea que toda mercancía sirve para satisfacer cierta clase de necesidades si fuese inútil nadie daría algo por ella.

El “*valor de cambio*” es la proporción en que se intercambian unas mercancías por otras, teniendo en cuenta que no todas valen igual.

En el vocabulario marxista, “*valor*” no es lo mismo que “*precio*” aunque en la circulación de mer-

cancías se expresa como tal.

“*Valor*” es la magnitud de trabajo socialmente necesario incorporado en las mercancías. Y una de las tantas mercancías que circula en la sociedad capitalista es la fuerza de trabajo del ser humano ya que hay personas que no tienen nada más que vender que su fuerza de trabajo.

Y como las demás mercancías, la “*fuerza de trabajo*” tiene “*valor de uso*”, o sea “*utilidad*”, que consiste nada menos que en producir otros bienes.

Es obvio que el valor de la fuerza de trabajo es una magnitud variable, no exclusivamente por la heterogeneidad de bienes que consumen los trabajadores, sino que se considera también la “*variable: grado de calificación*”.

Marx advierte que el valor de la fuerza de trabajo del trabajador calificado es igual al valor del trabajador no calificado elevado a «n» potencia.

De aquí se desprende que mientras el valor de fuerza de trabajo del “*trabajador indirecto*” tiende a aumentar, el de la clase obrera se comprime, puesto que el irrefrenable progreso de la tecnología determina la reducción del mismo, decreciendo, en consecuencia, el valor de su fuerza de trabajo.

Marx define la “*plusvalía*” como el “*valor que el obrero crea por encima del valor de su fuerza de trabajo*”, valor que se apropia gratuitamente el capitalista como ganancia.

El capitalista tiene empresas en las que se opera la “*reproducción ampliada*”, o sea la expansión, porque vive sujeto a una competencia compulsiva y permanente, y debe innovar, reducir costos, mejorar calidad y presentación, conquistar nuevos mercados, o bien desaparecer de escena.

De acuerdo a la teoría marxista, esa necesidad lleva, queriéndolo o no, a incrementar la “*plusvalía relativa*”, esto es a mayor ganancia por la permanente reducción del valor de la fuerza de trabajo de los obreros.

Las empresas y países que producen con tecnologías correspondientes a la tercera ola, producen más “*plusvalía relativa*”, los estándares de vida de sus trabajadores son superiores a los de

aquellos que se ubican en la primera o segunda ola.

Cuanto más se imponga la revolución del conocimiento, el desgaste físico será inversamente proporcional a sus posibilidades de crear riqueza y de mejorar su calidad de vida.

En el capitalismo el "*trabajador directo*" es libre como persona, pero también carece de medios de producción. Para satisfacer sus necesidades, en uso de esa libertad no se vende como persona, pues se enajenaría él mismo para siempre.

Lo que vende es su actividad, su energía física y mental al servicio de su comprador: el capitalista.

Tampoco vende su trabajo, porque eso supondría la venta del producto de su trabajo en el que se objetiva su capacidad productora y en este caso no sería un obrero.

Queda claro, entonces, que lo que "*vende es su energía física y mental*", su "*capacidad productiva en acción*".

Nos referimos al "*trabajador directo*", al obrero, que en tanto Ser Humano realiza una actividad consciente y consume, además de energía física también una dosis de energía mental, pero con obvia preeminencia de la fuerza física.

A diferencia del obrero; el gerente o el intelectual participan indirectamente en el proceso productivo, por eso Marx los denomina "*trabajador indirecto*", porque, para subsistir participan de la plusvalía, en tanto que el único sujeto social que crea "*valor*" es el obrero.

En la actualidad, el mundo asiste a "*una nueva revolución denominada del conocimiento*", de "*La Información*" o también de la "*Tercera Ola*".

Esta gran revolución que dominará el tercer milenio, se produce en la llamada "*Era de la Globalización*".

Vale decir, sabiéndolo o ignorándolo, existiendo o no, los acontecimientos económicos y sociales nos afectan y resultamos involucrados.

La generación de riqueza está ligada a un mundo cada vez más integrado; el irresistible desarrollo de las fuerzas productivas reduce las distancias, costos de producción, multiplican la división del trabajo y, en conclusión tienden a dejar

fuera de vigencia el trabajo físico, reemplazándolo por el mental, "*quitándole vigencia histórica al proletariado*", que será sucesivamente reemplazado por el "*cognitariado*".

Quien no produce con tecnología de punta es, de facto, país o sujeto pobre y fuera del mercado.

Tecnología de punta implica reducción del tiempo socialmente necesario de producción, reducción del valor de las mercancías e incremento de la "*plusvalía relativa*".

La innovación tecnológica, conlleva a reemplazar fuerza de trabajo por tecnología, mejor dicho por conocimiento, o para decirlo de otro modo, el "*trabajo directo*" es reemplazado por el "*indirecto*".

En cierto modo, la "*fuerza de trabajo del obrero*" se va convirtiendo en "*accesitaria*".

La innovación tecnológica acelera la productividad y los volúmenes globales de producción. Sucede que en la actualidad -como plantea Toffler- la tecnología de punta se basa en el conocimiento.

Por eso es que también la "*fuerza de trabajo*" tal como se vio en la época de Marx está perdiendo vigencia y, asimismo, el protagonismo histórico de la "*clase obrera*".

A. Toffler plantea la superación paulatina de la disociación entre producción y consumo que crea el mercado, por el "*prosumidor*", como un retorno al sujeto que es a la vez productor-consumidor, pero sobre la base de la ciencia y la tecnología de la tercera ola.

En la medida en que la "*revolución del conocimiento*" avance la producción mundial requerirá cada vez menos de la fuerza de trabajo del obrero; entonces el "*cognitariado*" sustituirá al "*proletariado*".

Por lo tanto, "*EL trabajo indirecto*" origina al menos tanto valor, o más, que el "*directo*".

La diferencia entre la teoría de Marx y la de Toffler es que en la Sociedad de la Tercera ola, basada en la revolución del conocimiento, hombres totalmente capacitados intelectualmente manejarán robots desde cómodas oficinas, mediante computadoras que se perfeccionarán, tanto en lo que respecta al hardware como al soft-

ware, hasta magnitudes jamás imaginadas.

La palabra "robots" proviene del checo: "robotnik" que quiere decir siervo. Hoy se reemplaza a los trabajadores por robots para aumentar la productividad, la automatización saca cada vez más a los seres humanos de las fábricas. Ahora se habla de los "knowbots".

La Tecnología de la Información y la aplicación de la cadena de valor reduce las exigencias de mano de obra, energía, materias primas, tiempo, espacio, que redundan en la reducción de costos donde ahora para ser competitivo en las empresas sólo el 30% de los procesos se debe dedicar a mover átomos, lo demás es digitalizado o mover bytes. (En próximo artículo trabajaremos este tema).

Sucede que con esta revolución del conocimiento, es la fuerza mental la que reemplaza a la fuerza física en el proceso productivo, teniendo como protagonista no al "proletariado" sino al "cognitariado".

Si bien el hombre será siempre el protagonista del proceso productivo, lo será con la preeminencia de la energía mental, el músculo ha sido reemplazado casi por completo por el cerebro.

En los países donde triunfe la revolución del conocimiento se acelerarán hasta límites inverosímiles los cambios tecnológicos, al extremo de no poder utilizar a todos en su oportunidad.

Esto significará reducción del tiempo socialmente necesario de trabajo, pero el trabajador directo ya no será el proletariado de Marx, sino personas cultas, el "cognitariado".

En los países de la «tercera ola», el protagonista de la "producción directa" es el actual «productor indirecto».

Ese es el futuro que ya empiezan a vivir las generaciones del presente.

B. Principal Característica de la Sociedad del Conocimiento

La Teoría del Valor-Conocimiento o Valor-Temporal:

Este nuevo concepto de valor surge con la

Sociedad del Conocimiento, ya que el «valor temporal» es el principal determinante de los modos de acción. (En este capítulo seguiremos el pensamiento de Y. Masuda)

El tiempo es un concepto intangible y abstracto, con el que se designa la medida del paso del tiempo. Más si se concibe como el tiempo de vida de una persona, empleado para la satisfacción de sus necesidades, el propio tiempo crea valor.

El «valor temporal»: Es el valor que el Hombre crea en el uso intencional del tiempo futuro. Dicho en términos familiares: el hombre diseña un objetivo sobre el lienzo invisible de su futuro y parte para alcanzarlo.

El desarrollo de la información, a través de la Tecnología de la Información ha hecho surgir un nuevo concepto básico de «valor temporal», en sustitución de los valores materiales.

Las relaciones de productividad de información y valor temporal se establecen con:

1. Mayor efectividad de la acción intencional. La Tecnología de la Información hace posible la producción en masa de una información previsoría, lógica y selectora de acciones.
 2. La importancia atribuida al tiempo como ingrediente necesario de un proceso compuesto. La información orientada al conocimiento creada por la Tecnología de la Información, tiene carácter de información compuesta y normativa.
 3. En el aumento del tiempo libre; la Tecnología de la Información aumenta considerablemente las funciones de automatización en la producción material.
 4. La sustitución de las funciones de retro-alimentación del Hombre en la producción material libera al Hombre de la limitación de tiempo que le impone la producción material, aumentando su tiempo libre. El valor desde el punto de vista de un sistema de valores, tiene una triple estructura: a) el sujeto de la acción, b) el campo y c) el proceso
- a) **El sujeto de la acción:** es el sujeto que

trabaja en un campo con conciencia objetiva.

b) **Campo:** es el espacio, con contenido concreto, dentro del que el sujeto de la acción actúa con intención consciente.

Espacio de información conectada con las redes de información.

No tiene fronteras como las tiene el campo territorial.

Los elementos implicados en acciones orientadas a un objetivo se relacionan a través de las redes de información.

c) **Proceso:** es el desarrollo en el tiempo de una situación creada artificialmente por la interacción entre la acción intencional del sujeto y la reacción del campo ante la misma.

El resultado de cualquier consecución producida en la triple estructura -sujeto de la acción, campo y proceso- es precisamente el «valor temporal» que se mide según el grado y calidad de los resultados conseguidos.

Es más, el «valor temporal» puede medirse por la propia situación en que el proceso termina, o puede ser la suma total del valor producido durante el proceso, dependiendo del juicio de valor del sujeto de acción.

En la vida humana, el «valor temporal» está situado en un plano superior a los valores materiales.

Ello se debe a que el «valor temporal» corresponde a la satisfacción de los deseos humanos e intelectuales mientras que el valor material corresponde a la satisfacción de los deseos fisiológicos y materiales.

Se puede decir que el aumento en la productividad de información orientada al conocimiento es la única fuerza motivadora que puede elevar directamente el «valor temporal».

RESUMEN

En la Sociedad del Conocimiento o Computopia; en reemplazo del valor-trabajo, característica de la II Ola; se dará un nue-

vo tipo de valor; *el valor-conocimiento o valor-temporal* cuyas variables serán las siguientes:

a. Mayor efectividad de la acción intencional;

b. La importancia atribuida al tiempo como ingrediente necesario de un proceso compuesto;

c. En el aumento del tiempo libre.

Ya A. Smith en su tiempo se preguntaba: *¿Cuál es el origen de la riqueza de las naciones?*. Y la respuesta segura a esa interrogante es en la actualidad: la creatividad, el ingenio, las invenciones y los descubrimientos, es decir el uso del conocimiento.

También haciendo un paralelismo con las Sagradas Escrituras reescribiremos de: *«Comerás el pan con el sudor de tu rostro»* a *«Comerás el pan con el sudor de tu mente»*.

C. LA ESENCIA DE LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO

Tiene las siguientes características:

1. - La Revolución del Conocimiento no busca incrementar los valores cuantificables. Se centra en el valor producido por el conocimiento
2. - Las innovaciones tecnológicas de hoy procuran incrementar la variable del valor-conocimiento
3. - El valor-conocimiento creativo es subjetivo e imposible de cuantificar
4. - El equipo material no es importante en la producción de valor-conocimiento
5. - Los recursos para la creación de valor-conocimiento son la experiencia y la sensibilidad de los «creativos».

A la fecha existen un grupo de futurólogos que definen a este tipo de Sociedad como una de mero desarrollo progresivo o: «Sociedad Tecnológica Avanzada», entre ellos podemos citar a Jeremy Rifkin (*The End of Work Edit. Putnam's Book 1996*), Virgilio Roel Pineda (*La Tercera*

Revolución Industrial y la Era del Conocimiento
 Edit. Concytec 1997) y Nelson Manrique (*La*
Sociedad Virtual y otros Ensayos Edit. PUCP
 1997).

Pero también existe otro tipo de científicos
 futurólogos que la definen como:

- **La Sociedad de la Computopía** -
Yoneji Masuda
- **La Sociedad del Conocimiento** -
Tachai Sakaiya
- **La Sociedad Interconectada** -
James Martín
- **La Sociedad Post-Capitalista** -
Peter Drucker
- **La Sociedad Asincrónica** -
Bill Gates
- **La Sociedad de los Sistemas** -
Russell L. Ackoff
- **La Sociedad de la Tercera Ola** -
Alvin Toffler
- **La CiberSociedad** -
Luis Joyanes A.
- **La Sociedad Globalizada** -
Lester Thurow
y otros autores

Indican que él: valor-conocimiento es un
valor transitorio basado en la subjetividad social
 (En este capítulo seguiremos el pensamiento de
 T. Sakaiya).

Así el valor-conocimiento nace de un con-
 junto de variables muy fluctuantes entre ellas:

- 1.- La moda
- 2.- La tecnología y
- 3.- El precio. Que se puede terminar sin rela-
 ción con el costo ¿cómo? determinando el
 «precio apropiado».

En la «SC», los precios de los productos ela-
 borados con valor-conocimiento, no guardan
 relación con los costos de su creación, éstos
 dependerán de los sentimientos, juicios sub-
 jetivos y de las circunstancias en que se ha-
 llen los compradores y el vendedor.

O sea, el precio de un producto, será el pre-
 cio que están dispuestos a pagar los consu-
 midores, según su propia percepción.

calidad percibida	+	precio percibido	=	valor del mercado
----------------------	---	---------------------	---	----------------------

- 4.- Así como otros elementos que persuaden al
 consumidor de que determinado precio es el
 apropiado. Podemos mencionar entre ellos:
 - 4.1. El precio de productos similares
 - 4.2. Las ideas sensatas
 - 4.3. La publicidad
 - 4.4. El comentario de medios masivos
 - 4.5. La reputación del producto y
 - 4.6. El precio determinado por la oferta y la
 demanda
 - 5.- El Costo de la Toma de Decisiones; que es
 la decisión acompañada por un costo psico-
 lógico del consumidor de escoger una for-
 ma de consumo renunciando a otra.
 El valor-conocimiento cambia velozmente
 por una:
 - Mayor diversificación de productos a tra-
 vés de las «variaciones»;
 - Por un «descarte» de conocimiento;
 - Por la estrategia de marketing que se apli-
 que a un determinado producto.
 - La gente común crea valor-conocimien-
 to convirtiéndose en el «proconsumidor»
 (según D. Tapscott) o el «prosumidor»
 (según A. Toffler quien define como
 «Prosumidor» a los individuos que son,
 a un mismo tiempo, productores y con-
 sumidores de bienes y servicios pero el
suscrito indica que más que eso ahora el
prosumidor es un productor de datos e
información y consumidor de productos
con valor conocimiento.
- La Sociedad del Conocimiento:
- Busca la valoración del producto tanto
 social como financieramente;
 Eleva la utilidad y reduce el costo de de-
 cisión;
 - Expande la cantidad de «valor-conoci-
 miento» de un bien o servicio tangible;
 - El valor-conocimiento es intrínseco al
 producto;
 - El capital, el trabajo y los medios de pro-
 ducción tienden a fusionarse en la gene-
 ración de valor-conocimiento.

- Es dependiente de la tecnología

Los Creativos son:

- Dueños de sus medios de producción, sensatez, imaginación, decisiones, conocimiento, experiencia y sensibilidad;
- Es trabajador de nuevo cuño (*son freelance, sabedores de la inestabilidad del empleo y no se les puede exigir identificación con la empresa*).

Los Creadores de Valor-Conocimiento:

- Pertenecen a la clase media (*no entendido como clase bisagra entre los «blue collar workers» y los «white collar workers»*);
- No tienen gran conciencia de clase;
- Con una elevada participación en la economía y la cultura;

- No poseen un medio de producción físico que se puede vender;
- Sienten ansiedad por su futuro y el de sus hijos (*Según indica A.Roa en su libro Modernidad y Post-Modernidad: «La angustia es característica de la Modernidad y se presenta como constricción pectoral, taquicardia, dolores torácicos, etc.*

La característica de estos tiempos o Post-Modernidad es la Ansiedad que se evidencia más en lo psíquico, como un sentimiento”.

- Actúan sobre organizaciones personalizadas;
- Y cuando el creativo abandona su actividad, los medios de producción desaparecen.

CONCLUSIONES

1. En el estudio de cualquier Sociedad o proceso social el mundo del trabajo es fundamental, por cuanto que es a través del trabajo como el hombre se inserta en la sociedad, adquiere su “*status y modus vivendi*”. Por esta razón, todos los cambios que se producen en la forma, modos y condiciones de trabajo afectarán al Ser Humano de modo fundamental y adquirirán un significado trascendental.
2. En esta nueva sociedad, el trabajo ya no consistirá en aplicarse a cosas, sino a personas que actúan sobre “*información*” o a “*información*” que actúa sobre personas. Estamos ante un nuevo tipo de trabajador que, al poseer más “*información*”, cuenta también con más capacidad de iniciativa y decisión (CiberSociedad pág. 173).
3. Estamos en la transición hacia una Sociedad Cognomática; la cual genera sus propios parámetros de concepción de vida, hábitos, valores conductas y organizaciones.
4. La naturaleza transitoria del “*valor-conocimiento*” esta asociada con la naturaleza transitoria del proceso creativo.
5. El Valor Conocimiento no tiene una relación absoluta ni necesaria con el costo de su creación, porque nace de un conjunto de variables muy fluctuantes. (*Por ser un conocimiento fluctuante: lo que ayer y hoy me sirve para producir quizá mañana tenga que desecharlo y ya no me sirva*).
6. De la «*modernidad fordista*» al «*postmodernismo flexible*» hay concepciones diferentes, en cuanto a regímenes de acumulación, materialización de hábitos, motivaciones y estilos de representación cultural.
7. En esta etapa, las nuevas industrias, ya no se apoyan en las ciencias de la «*segunda ola*» y tampoco son fundamentalmente electromecánicas, sino que hacen uso de la electrónica, de la teoría de la información, de la biología molecular, de las ciencias espaciales, de la ecología, etc.
8. Es obvio que el “*conocimiento*” es un activo corporativo y que los procesos de estudio, organización y acceso al mismo, tendrán valor estratégico. Serán necesarias nuevas herramientas que apoyen los nuevos procesos mencionados, de modo especial el relativo al “*knowledge-management*” (enten-

dido esto último como adquirir, desarrollar y distribuir el conocimiento organizacional necesario para lograr los objetivos de la empresa).

9. Se dará el crecimiento sin empleo, se dará un aumento de los empleos a tiempo parcial ya que las tecnologías futuras nos permitirán producir más con menos esfuerzo.

(P. Drucker indica: «*La economía de productos primarios se ha desconectado de la economía industrial. En la economía industrial misma, la producción se ha ido desconectando del empleo*»).

10. Agregándose que cualquier estrategia para reducir la carencia de trabajo o empleo en una economía supersimbólica; va a depender menos de la asignación de riqueza y sí de la asignación del «*conocimiento simbólico*». (Definimos al conocimiento simbólico como: datos, información, imágenes, sím-

bolos, cultura, ideología, y valores que son el recurso vital de la economía para la creación de la riqueza).

11. A la fecha hay una transformación simultánea de los países hacia la Sociedad del Conocimiento pero hay diferencias, en el grado, la velocidad y el rumbo que tomarán; ya que la riqueza se transformará en una entidad abstracta que fluirá libremente entre los bloques económicos (*ya que las Naciones-Estado se están difuminando*).
12. Agregándose a esto que hay países «*inforicos*» (*países generadores de información y conocimiento*) y países «*infopobres*» (*países consumidores de información y conocimiento*).
13. Indicando que definitivamente hemos entrado de una Sociedad de los átomos a una Sociedad de los «bits» aceptando la posición de N. Negroponte.

REFERENTES

1. KNOWLEDGE-VALUE:

El término «*Knowledge-value*» (en japonés Chika), es decir «*Valor basado en el Conocimiento que se ha invertido en un Producto*», se traduce como «*Valor-Conocimiento*».

2. KNOWLEDGE-VALUE REVOLUTION: (precede a la «SC»)

Alude a esa transición en la Valoración de los Productos (el precio de un producto puede ser mayor si se ha volcado en él más «*Valor-Conocimiento*», al margen del cos-

to de la materia prima o la manufacturación) y se traduce como «*Revolución del Conocimiento*».

3. KNOWLEDGE-VALUE SOCIETY:

Es una Sociedad donde predominan productos cuyo principal Valor se basa en el Conocimiento que se ha volcado en su elaboración (más que en el costo de la materia prima o la manufacturación), se traduce como «*Sociedad del Conocimiento*». *Historia del Futuro La Sociedad del Conocimiento Taichi Sakaiya.*

DOCUMENTOS

1. **Folleto:** Epistemología de la Administración por Alfonso Maraví Lindo y J.D. Begazo VI Congreso Nacional de Filosofía Lima Octubre 1996 Edic. UIGDLV
2. **Artículo:** Los Nuevos Paradigmas Empresariales por J.D. Begazo 1997

3. **Artículo:** De la Enseñanza del Materialismo Dialéctico y Materialismo Histórico a la debida Enseñanza del Post Modernismo como Visión Holística de la Sociedad por J.D. Begazo. 1998.

BIBLIOGRAFÍA

1. Yoneji Masuda. **LA SOCIEDAD INFORMATIZADA COMO SOCIEDAD POST-INDUSTRIAL**. Edit. Fundesco España 1984
2. Taichi Sakaiya. **HISTORIA DEL FUTURO La Sociedad del Conocimiento**. Edit. Andrés Bello Chile 1995
3. Gerardo Alcántara Salazar. **SOCIOLOGÍA DEL TERCER MILENIO**. Edit. Cornelio Perú 1996
4. Don Tapscott. **LA ECONOMÍA DIGITAL**. Edit. Mc Graw-Hill Bogotá 1997
5. Luis Joyanes Aguilar. **CIBERSOCIEDAD Los Retos Sociales ante un nuevo Mundo Digital**. Edit. Mc Graw-Hill España 1997
6. David Harvey. **CONDICIÓN PÓS-MODERNA 5ta. Ed.** Edicóes Loyola Brasil 1992
7. Armando Roa. **MODERNIDAD Y POSTMODERNIDAD. Coincidencias y Diferencias Fundamentales**. Edit. Andrés Bello Chile 1995
8. Samuel P. Huntington **EL ORDEN POLÍTICO EN LAS SOCIEDADES EN CAMBIO**. Edit. Paidós España 1997
9. Alain Touraine **¿PODREMOS VIVIR JUNTOS? El Destino del Hombre en la Aldea Global**. Edit. Fondo de Cultura Económica Argentina 1997.