

Sociedad del Conocimiento

A través de la historia, el conocimiento siempre ha estado presente y ha sido generado por el hombre para vencer los obstáculos que le ha planteado su evolución por este planeta. En la época que nos ha tocado vivir, el conocimiento ha adquirido una importancia fundamental debido al surgimiento de factores como las nuevas tecnologías, que han borrado las barreras geográficas y han multiplicado las formas de compartir, almacenar y recuperar el conocimiento. El saber hacer, y con ello la generación del conocimiento, se ha convertido en el principal capital de las empresas, y su adquisición y conservación es una acción estratégica para una actuación exitosa.

El conocimiento es la integración de experiencia, valores, información y saber hacer, que es la base para la incorporación continua de nuevas experiencias e información, y es útil para la acción. Para Andreu y Sieber (2000), el conocimiento se caracteriza por ser:

- 1.- Personal, la persona lo origina y en ella reside, lo asimila como resultado de su propia experiencia (es decir, de su propio "hacer", ya sea físico o intelectual) y lo incorpora a su acervo personal de conocimientos, estando "convencidas" de su significado e implicaciones, articulándolo como un todo organizado que da estructura y significado a sus distintas "piezas".
- 2.-Utilizable, se puede repetir sin que el conocimiento "se consuma" como ocurre con otros bienes físicos, permite "entender" los fenómenos que las personas perciben (cada una "a su manera", de acuerdo precisamente con lo que su conocimiento implica en un momento determinado), y también "evaluarlos", en el sentido de juzgar la utilidad o conveniencia de los mismos para cada una en cada momento.
- 3.-Guía para la acción de las personas, en el sentido de decidir qué hacer en cada momento porque esa acción tiene en general por objetivo mejorar.

Estas características convierten al conocimiento, en una base sólida para el desarrollo ya que la acumulación de experiencias en una persona la hace ser competitiva. El proceso de aprender o de imitar a estas persona es complicado a menos que existan representaciones precisas que permitan su transmisión a otras personas de manera efectiva y eficiente.

¿Qué es la Sociedad del Conocimiento?

La sociedad de conocimiento se caracteriza porque el conocimiento es el principal componente de cualquier actividad, ya sea económica, social o cultural. La información y el conocimiento son el principal recurso de toda actividad y también se constituyen en su producto. Esta sociedad considera a las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) como un factor de cambio social, entre otros. Es una sociedad consiente del no-saber y de los riesgos de lo que esto implica.

Indicadores de la Sociedad del Conocimiento

1. El conocimiento se produce mediante nuevas formas.
2. El conocimiento es motor del crecimiento.
3. Producción intensiva del conocimiento.
4. Sistema autónomo de producción del conocimiento.
5. Servicios basados en el conocimiento.
6. Procesos educativos y formativos a lo largo de la vida.
7. Ciudadanos trabajadores del conocimiento.

8. Uso intensivo de las TIC.
9. Continúo cuestionamiento del conocimiento.
10. Actuación basada en procesos de reflexión.
11. Valoración continua de normas y reglas establecidas.
12. Alta capacidad innovadora.
13. Procesos dinámicos transformadores permanentes.
14. Conformada por subsistemas, redes, comunidades fuertemente vinculados.
15. Asegura la producción, distribución y reproducción del conocimiento como proceso estratégico.
16. Sociedad científicada.
17. Sociedad con diferentes formas de organización y pensamiento social.

Sociedad de la información y del conocimiento

El concepto de "sociedad de la información" hace referencia a la creciente capacidad tecnológica, que permite replantear la estructura de las relaciones sociales, económicas, culturales y políticas, de acuerdo a los desarrollos existentes en la infraestructura de telecomunicaciones con el fin de obtener o compartir cualquier información de una manera rápida desde cualquier lugar y de la forma que se prefiera. Otra definición importante es la expuesta por Yoneji Masuda: Sociedad que crece y se desarrolla alrededor de la información y aporta un florecimiento general de la creatividad intelectual humana, en lugar de un aumento del consumo natural.

La noción de "sociedad del conocimiento" es conceptualizada como una innovación de las tecnologías de la información y las comunicaciones, donde el incremento en las transferencias de la información modifico en muchos sentidos la forma en que desarrollan muchas actividades en la sociedad moderna. Fue utilizada por primera vez por el filósofo de la gestión empresarial Peter Drucker, sus ideas fueron decisivas en la creación de la Corporación moderna, quien previamente había acuñado el término "trabajador del conocimiento" y hoy es considerado el padre del management como disciplina. En el decenio 1990-2000 fue profundizado en una serie de estudios detallados por autores como Robin Mansel o Nico Stehr.

Las sociedades de la información emergen de la implantación de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en la cotidianidad de las relaciones sociales, culturales y económicas en el seno de una comunidad, y de forma más amplia, eliminando las barreras del espacio y el tiempo en ellas, facilitando una comunicación ubicua y asíncrona.

La eficacia de estas nuevas tecnologías -actuando sobre elementos básicos de la persona como el habla, el recuerdo o el aprendizaje-, modifica en muchos sentidos la forma en la que es posible desarrollar muchas actividades propias de la sociedad moderna.

La diferencia de la sociedad del conocimiento y la sociedad de la información es que la información no es lo mismo que el conocimiento, siendo la información un instrumento del conocimiento, se compone de hechos y sucesos, son aquellos elementos que obedecen principalmente a interés comerciales. El conocimiento es aquel que puede ser comprendido por cualquier mente humana razonable, se define como la interpretación de dichos hechos dentro de un contexto, encaminada a alguna finalidad.

Para la UNESCO el concepto pluralista de sociedades del conocimiento va más allá de la sociedad de la información ya que apunta a transformaciones sociales, culturales y económicas en apoyo al desarrollo sustentable. Los pilares de las sociedades del conocimiento son el acceso a la información para todos, la libertad de expresión y la diversidad lingüística.

Saber frente a conocimiento

Un matiz en este debate, es la distinción entre sociedad del "conocimiento" o del "saber", términos ambos que proceden del término inglés knowledge society. La noción de saberes sugiere certezas más precisas, prácticas

o de contenido tecnológico y analítico, mientras que conocimiento abarca una comprensión más global u holística.

André Gorz considera que los conocimientos se refieren a contenidos formalizados, objetivados, que no pueden, por definición, pertenecer a las personas... El saber está hecho de experiencias y de prácticas que se volvieron evidentes, intuitivas y costumbristas.

Para Gorz, la inteligencia cubre toda la gama de capacidades que permite combinar saberes con conocimientos. Sugiere, entonces, que knowledge society se traduzca por sociedad de la inteligencia.

En todo caso, por lo general, en este contexto se utiliza indistintamente sociedad del conocimiento o del saber, si bien en español conocimiento parece ser más usual, debido al efecto de los medios de comunicación.

Adam Smith, Peter Drucker y la Sociedad del Conocimiento

En su libro de 1966 titulado *The Effective Executive* (traducido al castellano como "El Ejecutivo Eficaz"), Peter Drucker acuñó el término "trabajador del conocimiento" y más adelante en su carrera consideró que la productividad del trabajador del conocimiento sería la próxima frontera del management. Unos años después, en 1969 Drucker, en su libro más conocido *La era de la discontinuidad*, escribió una sección sobre "la sociedad del conocimiento", basándose en los datos y proyecciones de Machlup. Drucker añadió que, a finales de los '70, el sector del conocimiento generaría la mitad del P.I.B. En 1970, el tema del encuentro anual de la American Society for Information Science era "la Sociedad de la Información-Consciente", y un artículo presentado trató sobre "el Advenimiento de la Sociedad de la Información". En 1993, escribió su libro *Post-Capitalist Society* (*La Sociedad Post Capitalista*), en el que destacaba la necesidad de generar una teoría económica que colocara al conocimiento en el centro de la producción de riqueza.

Para Drucker, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, que acompañan a la sociedad de la información y la sociedad del conocimiento, están transformando radicalmente las economías, los mercados y la estructura de la industria, los productos y servicios, los puestos de trabajo y los mercados laborales. El impacto es mayor, según él, en la sociedad y la política, y, en conjunto, en la manera en que vemos el mundo y a nosotros mismos. No olvidemos que nos encontramos, en estos momentos (2012), en los albores del modelo de empresa (mal llamada) multinacional (transnacional), que atraviesa fronteras- que se extendería por todo el globo como paradigma de la economía más avanzada.

Drucker señalaba que lo más importante no era la cantidad de conocimiento, sino su productividad. En este sentido, reclamaba para una futura sociedad, para una sociedad de la información en la que el recurso básico sería el saber, que la voluntad de aplicar conocimiento para generar más conocimiento debía basarse en un elevado esfuerzo de sistematización y organización.

Drucker afirmaba que sería una sociedad en la que la gestión empresarial cambiaría radicalmente su relación con sus trabajadores del conocimiento, pues estos últimos estarían mucho menos necesitados de instituciones empresariales e incluso de la tradicional gestión del conocimiento, mientras que las empresas si estarían realmente necesitadas de los trabajadores.

Así pues, el discurso de Peter Drucker, al combinar la sociedad del conocimiento y el concepto de Global Shopping Center (el "centro comercial global"), trata de explicar el desarrollo de las empresas de talla mundial y el auge de las industrias.

Las redes de información habrían de generar un mercado perfecto, que se autorregularía per se, en la tradición de la "mano invisible" de Adam Smith, al menos en términos de bienes inmateriales, ya que los bienes físicos seguirían sujetos a las mismas limitaciones de siempre.

Internet en la sociedad del Conocimiento

Internet forma parte del desarrollo natural de un proyecto más ambicioso como son las grandes autopistas de información, no es menos cierto que en su campo (medio objetivo), ya están aflorando todas las preocupaciones y cuestionamientos que hemos venido tratando a lo largo de este escrito. La red de redes, como hoy se conoce a la Internet, surgió en diciembre de 1969 como una red experimental (ARPANET), que conectaba entre sí los centros de información de tres universidades norteamericanas y el Instituto de Investigaciones de Stanford. A finales de la década de los 80 la Fundación Americana de la Ciencia (NSF), puso en funcionamiento la red denominada NSFnet, con el propósito de permitir que las universidades y centros de investigación pudieran hacer uso de sus grandes computadoras. Estas conexiones comenzaron a utilizarse para el envío de correo electrónico, transferencia de datos y archivos, constituyéndose, de esta forma, en la columna vertebral de Internet, que como sabemos es hoy el fundamento de la Infraestructura Global de Información. En la Internet es donde adquiere connotación práctica toda la problemática que generan las categorías conceptuales "información", "conocimiento" y "cultura" dentro de un entorno digital.