

Oviedo-Pino, J., Narváez-Castillo, V. y Ruiz-Muñoz, E. (2019). Tensiones de la contabilidad de gestión en el marco del capitalismo cognitivo. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 74, 13-33.

Doi: <https://doi.org/10.17533/udea.rc.n74a01>

Tensiones de la contabilidad de gestión en el marco del capitalismo cognitivo

Juan-Ignacio Oviedo-Pino

jioviedo@unicauca.edu.co

Universidad del Cauca

Viviana-Patricia Narváez-Castillo

vnarvaez@unicauca.edu.co

Universidad del Cauca

Erika-Yissela Ruiz-Muñoz

eyissela@unicauca.edu.co

Universidad del Cauca

Tensiones de la contabilidad de gestión en el marco del capitalismo cognitivo

Resumen: La entrada en vigencia de una nueva etapa del capitalismo, que el postoperaismo italiano ha denominado capitalismo cognitivo, en el que tendencialmente el conocimiento se posiciona como hegemónico en la creación de valor empresarial, ha reconfigurado las relaciones productivas, las cuales se extienden más allá de la tradicional fábrica, colocando en tensión las prácticas de la contabilidad de gestión, toda vez que aún arrastran la materialidad y se circunscriben en los entes económicos desconociendo el ascenso de la inmaterialidad, como factor productivo y como característica de las nuevas mercancías, y la reconfiguración del valor a partir del signo fundamentado en la comunicación semiótica del marketing. El presente artículo pretende develar que existen nuevas formas y retos de entender la contabilidad de gestión y su necesidad de transdisciplinarse en su proceso gestor de valor.

Palabras clave: agregación de valor, capitalismo cognitivo, contabilidad de gestión, marketing, producción inmaterial.

Management accounting tensions in the frame of cognitive capitalism

Abstract: After a new capitalism stage came into force, which Italian Post-Operaismo has termed cognitive capitalism, in which knowledge is tendentially positioned as hegemonic in business value creation, productive relationships have been reconfigured, extending beyond the traditional factory and creating tensions in the management accounting practices, since they still drag materiality and are circumscribed in the economic entities. Such practices disregard the rise of immateriality as productive factor and as a feature of the new merchandises, and value reconfiguration from the sign founded on the semiotic communication of marketing. The present paper seeks to uncover the fact that there are new ways and challenges to understand management accounting and its need to be transdisciplinary in its value-managing process.

Keywords: value adding, cognitive capitalism, management accounting, marketing, immaterial production.

Des tensions de la comptabilité de gestion dans le cadre du capitalisme cognitif

Résumé : L'entrée en vigueur d'une nouvelle étape du capitalisme – dénommé capitalisme cognitif par le postopéraisme italien- où d'une manière tendancielle la connaissance est prise comme hégémonique dans la création de valeur d'entreprise, a reconfiguré les rapports productifs. Ceux-ci vont au-delà de l'usine conventionnelle et mettent à l'épreuve les pratiques de la comptabilité de gestion, car elles entraînent toujours la matérialité et se limitent aux organismes économiques. Ces pratiques ignorent l'augmentation de l'immatérialité en tant que facteur productif et propre des nouvelles marchandises, ainsi que la reconfiguration de la valeur à partir du signe basé sur la communication sémiotique du marketing. Cet article a pour but de dévoiler qu'il existe de nouvelles formes et défis pour comprendre la comptabilité de gestion et son besoin de devenir transdisciplinaire dans son processus de gestion de valeur.

Mots-clés: ajout de valeur, capitalisme cognitif, comptabilité de gestion, marketing, production immatérielle

Tensões da Contabilidade de gestão no marco do capitalismo cognitivo

Resumo: A entrada em vigência de uma nova etapa do capitalismo, que o pós-operaismo italiano nomeou "capitalismo cognitivo", no que tendencialmente o conhecimento se posiciona como hegemônico na criação do valor empresarial, tem reconfigurado as relações produtivas, as quais estendem-se além da tradicional fábrica, deixando em tensão as práticas da contabilidade de gestão, sempre que ainda arrastam a materialidade e se circunscrevem nos entes econômicos desconhecendo o ascenso da imaterialidade, como fator produtivo e como característica das novas mercadorias, e a reconfiguração do valor a partir do signo fundamentado na comunicação semiótica do marketing. Este artigo tenta desvelar a existência de novas formas e desafios de entender a contabilidade de gestão e sua necessidade de transdisciplinar-se no seu processo gestor de valor.

Palavras Chave: Adicionador de valor, capitalismo cognitivo, contabilidade de gestão, marketing, produção imaterial.

Tensiones de la contabilidad de gestión en el marco del capitalismo cognitivo

Juan-Ignacio Oviedo-Pino, Viviana-Patricia Narváez-Castillo y Erika-Yissela Ruiz-Muñoz

Doi: <https://doi.org/10.17533/udea.rc.n74a01>

Primera versión recibida en abril de 2019 - Versión final aceptada en junio de 2019

I. Introducción

El presente artículo tiene como intencionalidad develar la relación entre una de las ramas de la contabilidad que tiene como función principal facilitar el proceso de toma de decisiones por parte de los administradores mediante el suministro de información relevante para la planificación y control en la consecución de objetivos organizaciones (Escobar y Lobo, 2002), como es la contabilidad de gestión y las nuevas formas de producción y valoración que prevalecen en la etapa actual del capitalismo. La crisis que desde el último cuarto del siglo pasado sufre la contabilidad de gestión (Johnson y Kaplan, 1988) se ha abordado por distintos autores, coincidiendo que los modelos de gestión tradicionales no se corresponden con las nuevas dinámicas empresariales y, que desde el enfoque del capitalismo cognitivo, involucran nuevas formas de producción/acumulación inmaterial y agregación de valor a partir el poder semiótico del marketing fundamentado en el valor del signo, por lo que se hace necesario traspasar los marcos conceptuales tradicionales instalados aun en la era industrial frente a las nuevas reconfiguraciones del capitalismo que han fracturado por completo la teoría del valor y la representación de los hechos económicos y de generación de riqueza.

El trabajo coloca en tensión cómo el capitalismo contemporáneo, cuya valoración deviene cada vez más del conocimiento y menos de la materialidad, en la producción de plusvalor ha hecho entrar en crisis los parámetros con los cuales se abocaba el trabajo que hacía posible estatuir a la contabilidad de gestión como proveedora de información útil para la toma de decisiones empresariales.

La investigación es de naturaleza reflexiva. Bajo un enfoque exploratorio y descriptivo busca relacionar algunos hallazgos documentales que permiten ubicar el papel de la contabilidad de gestión en la actual etapa del capitalismo. Se desarrolla interpretando variables expuestas por los precursores del capitalismo cognitivo para posteriormente sistematizarlas el torno al papel que debe asumir la contabilidad de gestión en general y el contador de gestión en particular.

II. El ascenso de la inmaterialidad en el postfordismo

II.1 Producción material a escala y su agotamiento

Desde un planteamiento narrativo, la primera mitad del siglo XX se caracterizó por la masiva producción tangible que, desde la introducción de las máquinas en las fábricas, producto de la II Revolución Industrial, los bienes materiales empezaron a inundar los mercados y los hogares. Para entonces, los sistemas de producción industrial se basaron en tres elementos, a). El taylorismo con la explotación laboral a partir de los estudios de tiempo y movimientos; b). El fordismo con la producción y consumo en masa; y c). El keynesianismo como política macroeconómica del estado de bienestar (Buitrago, 2013; Lipietz, 1997).

En este escenario, surge la necesidad imperante de implementar y gestionar sistemas de información fabril, siendo la planta de producción industrial el epicentro económico. Surge entonces la contabilidad de gestión como delegada para facilitar el proceso de toma de decisiones a nivel interno, constituida principalmente por los costos y presupuestos considerados disciplinas académicas a partir de la publicación del libro *Costos de Manufactura* en 1885 por Henry Metcalfe. El interés por incrementar la productividad y racionalidad del trabajo permitió el surgimiento de autores tales como Federick Taylor (1856-1918) que con su obra denominada *La dirección científica de las empresas* propone la división de funciones del trabajo y la separación entre planeación y ejecución, con lo que consigue una mayor productividad por hora/hombre. Las nociones de Taylor se vieron soportadas en los rendimientos presentados por la banda transportadora que fue introducida en las cadenas de montaje por Henry Ford (1863-1947) y su vertiginosa evolución quedó demostrada en la industria automotriz, donde se produjo un incremento en la producción, “pasando de 34.528 autos fabricados en 1910 a 168.220 autos en 1912” (Neffa, 1992, citado en Jaua, 1997, p. 4).

Gracias a la asociación de los principios tayloristas y la mecanización, en la valorización fordista, la fuerza de trabajo se integra en un sistema cada vez más complejo de utensilios y máquinas. La productividad puede ser medida a través de modelos informáticos que se basan en la producción de bienes materiales, físicamente

tangibles. El suministro de fuerza de trabajo puede ser entonces representado como una variable cuya determinación no tiene para nada en cuenta los conocimientos de los trabajadores, ni siquiera los conocimientos manuales-artesanales, típicos de la producción prefordista (Fumagalli, 2010, p. 8).

El modelo fordista con sus técnicas de gestión que había marcado el camino “a seguir por el mundo no industrializado” (Jaua, 1997, p. 13) superó el crac de 1929, extendiéndose hasta la segunda posguerra favorecido por el tratado de Bretton Woods. No obstante, a finales de los años sesenta la drástica competencia internacional producto de la madurez industrial, facilitada por los avances en contabilidad de gestión, vislumbró, en el mundo no industrializado, la necesidad de restringir el acceso a materias primas, fuerza laboral, clientes y efectivo de inversión, variables propias del capitalismo industrial (Wallerstein, 1988), implantando para ello políticas proteccionistas y sustitución de importaciones, limitando así la tasa de beneficios empresariales¹ (Aglietta y Reberieux, 2009, López y Rodríguez, 2010).

Siendo partícipe de esta crisis, la clase trabajadora venía reaccionando ante el modelo taylorista/fordista que explotaba únicamente sus cualidades técnicas y/o manuales al convertir procesos complejos en tareas simples, previamente definidas y subdivididas, de tal manera que la capacidad subjetiva fuese subordinada, surtiéndose la “separación entre el trabajo manual y el intelectual” (Piñero, 2004, p. 3). La organización científica del trabajo de Taylor se había encargado de expropiar el conocimiento artesanal para implantarlo en el capital fijo industrial, requiriendo un obrero suplementario, por lo que el trabajo humano se convierte en simple, guiado y limitado en su reconocimiento. Esto es consecuencia de que el monopolio del saber que residía en el obrero –en la época prefordista– se presentara como un obstáculo para la producción, sumado a que Taylor atacará su exclusividad para subsumirla en la división del trabajo y así despojarle su control, o como lo afirma Coriat (1991, p. 19) el “doblegar al obrero de oficio, liberar al proceso de trabajo del poder que este ejerce sobre él para instalar en su lugar la ley y la norma patronales, tal será la contribución histórica del taylorismo”.

Al entendimiento de Fumagalli, en el fordismo hay una clara distinción entre tiempo dedicado al trabajo de fábrica, el cual es intenso y riguroso, y el tiempo social donde el accionar del capital no penetra de manera directa, por lo que:

En este sistema de creencias, (...) el proceso de acumulación estaba caracterizado por mecanismos disciplinarios directos, destinados a la producción material y a la subsunción formal del trabajo por parte del capital: subsunción formal en la medida en

1 Al respecto de los beneficios empresariales, Wallerstein (1988, p. 9) plantea: “la cantidad [que la empresa] puede producir con ganancia y el margen de ganancia al que puede aspirar están también restringidos por la capacidad de sus competidores de ofrecer el mismo artículo a precios de venta más bajos”

que la convención del trabajo asalariado se fundaba sobre la separación entre tiempo de trabajo y tiempo de no-trabajo (2010, p. 68).

Los movimientos obreros que se levantarán contra la mecanización laboral fundaron las bases para la mutación de un operario masa hacia un operario social –ya no inmediato–, de tal manera que la subjetividad y autonomía del trabajador se impusieran en su jornal. En esta línea, surge el toyotismo japonés, como un primer y extendido sistema de producción con el que “parece desaparecer el trabajo repetitivo, ultra simple, desmotivante y embrutecedor” (Goutnet, 1991, citado en Antunes, 2001, p. 40). He aquí un primer viraje hacia el postaylorismo que no deja de ser un reacomodamiento en el que se vincula nuevamente la capacidad creativa del trabajador y con ello la dificultad de gestionar su valor y su captura. Con este nuevo enfoque se dinamiza la producción vinculando renovados y jóvenes trabajadores explotando sus capacidades intelectuales disfrazadas con el reconocimiento.

II.2 Flexibilidad en la producción y en la acumulación

Con el agotamiento del fordismo, y con ello el paulatino desmonte de la gran fábrica, la financiarización de la economía y el posicionamiento de los estados financieros de propósito general, que había moldeado para sí la contabilidad de costos, la producción estandarizada y segura de las empresas rígidas cede el paso a la producción personalizada e incierta de la empresa flexible. Las actividades de servicios se expanden para hacer más rentable la producción (López, 2018) y se consensua del ingreso a una era posfordista, en la que hay orientación a apartarse de los productos estandarizados y a producir infinidad variedad de artículos (Sassatelli, 2012). Las variables que se relacionan a partir del agotamiento del capitalismo industrial viabilizan un proceso transicional desde un segundo paradigma económico,

En el cual la industria y la fabricación de bienes durables ocuparon la posición de privilegio, [hacia] un tercero y actual paradigma en el cual la provisión de servicios y la manipulación de la información están en el centro de la producción económica. (...). Podemos denominar al pasaje desde el segundo al tercer paradigma, desde la dominación de la industria a la de los servicios y la información, un proceso de posmodernización económica, o mejor aún, de informatización (Hard y Negri, 2000, p. 245).

La articulación de nuevas variables con el nuevo régimen de acumulación es posible gracias al ascenso del trabajo y producción inmaterial que en concordancia con las características de una economía informacional requiere de unos medios flexibles y adaptables conforme la rapidez con que cambian los fines. Esto es posible con la integración y articulación de redes empresariales descentralizadas con la “organización en torno al proceso, no a la tarea; jerarquía plana; gestión en equipo; medida de los resultados por la satisfacción

del cliente; recompensas basadas en los resultados del equipo; maximización de los contactos con los proveedores y clientes; información, formación y reciclaje de los empleados en todos los niveles” (Castells, 2000, p. 227). La dominancia tanto educativa como práctica de los procedimientos contables financieros inhibieron el ajuste dinámico de los sistemas contables de gestión (Johnson y Kaplan, 1988) ante este cambio paradigmático de producción y acumulación.

Según Fumagalli (2010, p. 83), la acumulación es entendida como “la persecución de un beneficio, que puede asumir dos formas, la monetaria o bien la propiedad de nuevos medios de producción”. En este nuevo sistema de acumulación surge entonces: en primer lugar, los mercados financieros desestimando las mercancías como intermediadores (D-D) y segundo lugar, atributos cognoscitivos, culturales, lingüísticos e informacionales como principal característica de las nuevas mercancías (D-Knowledge-D).

En general, la estrategia neoliberal adopta medidas secuenciales que involucran austeridad salarial, flexibilidad laboral y libre funcionamiento de los mercados (Neffa, 1999). En este escenario, en el que se desestima el medio para dar prioridad al fin rentístico, la contabilidad de gestión es opacada. El trabajo, como cualquier mercancía, queda a merced de la oferta y de la demanda y los capitales se movilizarán donde las condiciones le sean favorables. Con lo anterior, la ofensiva del capital dentro de su reestructuración tuvo dos frentes:

- a) El toyotismo con la producción ajustada, la autonomación (automatización con toque humano), la flexibilidad, el control de la eficiencia vía reducción de costos, la tercerización y la subcontratación con trabajadores parciales para compartir riesgos ante fluctuaciones de la demanda. Es decir, se flexibiliza la remuneración la cual se deriva de los resultados de la empresa y logra mayor compromiso del trabajador con la empresa vía “imbricación entre coerción y convencimiento” (Lucas, 2012, p. 58). El toyotismo permite rápida inversión y desinversión a la par con las necesidades del mercado. Ese “es el nuevo capitalismo flexible donde se disemina el espíritu del toyotismo como nueva ideología orgánica de la producción de mercancías y se difunde el nuevo y precario mundo del trabajo” (Alves, 2012, p. 19).
- b) Los mercados financieros auspiciados por la financiarización e informatización económica donde las empresas, en épocas de baja demanda y exceso de liquidez, tienen la oportunidad de lograr utilidades vía especulación, cuya agregación ficticia de valor, en contraposición de la economía real, permite crecer sin expandir. El afán capitalista con sus rentabilidades y plusvalores ante la falta de oportunidades de inversión que garanticen tal resultado en la economía real crea las burbujas especulativas en los mercados financiarizados.

El atajo en la acumulación del segundo frente se sitúa como norte del primero, así entonces, la acumulación intermediada por la producción busca

asemejarse a los mercados financieros cuyo desarrollo “ligado sobre todo a las sociedades del nuevo ciclo tecnológico informático-lingüístico, ha dado pie a un proceso de desmaterialización de la propiedad, conectado en muchos aspectos con el proceso de acumulación flexible y cognitivo” (Fumagalli, 2010, p. 153).

II.3 La inmaterialidad como factor de producción y como característica de las nuevas mercancías en el capitalismo cognitivo

Con el advenimiento de la era postindustrial, a la par del agotamiento del modelo fordista, se produce un cambio en el orden económico capitalista posicionando el consumo sobre la producción; surgen fugazmente mercancías ídolos que duran precariamente hasta que aparecen otros novedosos (Daros, 2015, p. 40). El marketing cargado de subjetividad y simbología transitoria define las nuevas formas de consumo y por ende de producción. El enfoque hacia los clientes se hace partiendo de la satisfacción de sus necesidades individualizadas, para agregar valor y riqueza en el nuevo mercado semiótico, “en el que se encuentran signos y expectativas de sentido, deseos y proyecciones” (Berardi, 2003, p. 20).

El cambio en las preferencias de los consumidores vira de la producción/propiedad hacia la producción/acceso ofertando y demandando bienes y experiencias. Inicia la transición del automóvil y los electrodomésticos como prototipos de la era fordista hacia la producción cultural que “comienza a eclipsar la producción física en el comercio” (Rifkin, 2000, p. 6). Para estos propósitos se hace necesario, a nivel empresarial, gestionar intangibles. Por una parte, el componente inmaterial, que involucra el conocimiento, las manifestaciones culturales, afectivas y artísticas intenta aprehenderse dentro de los modelos de gestión, pero por otro parte, este se inserta y posiciona en las nuevas mercancías para ser consumido.

Todo lo anterior ligado al giro de una sociedad disciplinada del encierro a una sociedad de control donde “la empresa ha reemplazado a la fábrica, y la empresa es un alma, un gas” (Deleuze, 2005, p. 117), que desecha los moldes por la modulación. Con respecto a las formas de producción Deleuze resume la transformación del capitalismo en la transición de una a otra sociedad:

El capitalismo del siglo XIX es de concentración, para la producción, y de propiedad. Erige pues la fábrica en lugar de encierro, siendo el capitalista el dueño de los medios de producción, pero también eventualmente propietario de otros lugares concebidos por analogía (la casa familiar del obrero, la escuela). En cuanto al mercado, es conquistado ya por especialización, ya por colonización, ya por baja de los costos de producción. Pero, en la situación actual, el capitalismo ya no se basa en la producción, que relega frecuentemente a la periferia del tercer mundo, incluso bajo las formas complejas del textil, la metalurgia o el petróleo. Es un capitalismo de superproducción. Ya no compra materias primas y vende productos terminados: compra productos terminados, o monta piezas. Lo que quiere vender son servicios, y lo

que quiere comprar son acciones. Ya no es un capitalismo para la producción, sino para el producto, es decir para la venta y para el mercado. Así, es esencialmente dispersivo, y la fábrica ha cedido su lugar a la empresa. La familia, la escuela, el ejército, la fábrica ya no son lugares analógicos distintos que convergen hacia un propietario, Estado o potencia privada, sino las figuras cifradas, deformables y transformables, de una misma empresa que sólo tiene administradores (2005, p. 114).

En este nuevo escenario el trabajo se funda sobre bases íntimas de los sujetos que se esfuerzan autónomamente persiguiendo objetivos aparentemente alineados con los de sus superiores, “La burocracia se miniaturizó, es más flexible y la vigilancia se puede ejercer de manera discreta y hasta voluntaria por parte de sus víctimas” (Rodríguez, 2018, p. 2). En el posfordismo el *cognitariado*² es la clase de trabajador que agregará valor desde su conocimiento y creatividad, similar al que produce obras de arte, plasmado en la mercancía y auspiciado por el neuromarketing y la publicidad.

El postoperaismo italiano acuña el término capitalismo cognitivo a la nueva forma postindustrial de capitalismo “en el sentido de que la producción y el control del conocimiento se convierten en la apuesta principal de la valorización del capital” (Fumagalli, 2010, p. 85) y donde la inmaterialidad como categoría conceptual engloba las nuevas formas de producción y acumulación. Aunque Zukerfeld (2008, citado en Correa, 2012) plantea que el conocimiento y formas de producción siempre han estado estrechamente ligadas y la historia de la humanidad podría caracterizarse de este modo, en el capitalismo cognitivo es preponderante y evidente. Bajo la tesis del capitalismo cognitivo el conocimiento y su manifestación inmaterial se tornan, tendencialmente, hegemónicos en la producción y en la realización; en la producción este factor se vuelve preminente para la creación y agregación de valor y en la realización esta característica es considerada un plus de las mercancías.

III. Reconfiguración del valor a partir del signo

III.1 Conceptualizando el valor

El diccionario de la Real Academia Española, en sus dos primeras acepciones, define el valor como: “Grado de utilidad o aptitud de las cosas para satisfacer las necesidades o proporcionar bienestar o deleite”; “Cualidad de las cosas, en virtud de la cual se da por poseerlas cierta suma de dinero o equivalente”.

- 2 Franco Berardi define al *cognitariado* como el trabajador cognitivo “dotado de un cuerpo social y carnal, que es sometido conscientemente o no al proceso de producción de valor y de mercancía semiótica, que puede ser sometido a explotación y a estrés, que puede sufrir privación afectiva, que puede caer en el pánico, que incluso puede ser violentado y muerto”. (2003, p. 11). En esta misma línea Pablo Esteban Rodríguez afirma que “El *cognitariado* es llamado a producir de manera flexible y creativa a partir del momento en que la expansión capitalista pudo convertir a la información en la base de una nueva serie de productos, los servicios, cuya circulación y consumo son diferentes de los bienes materiales” (2018, p. 7).

y se complementa con adjetivos tales como: absoluto, agregado, nominal, normal, entre otros. De lo anterior se deduce que existe una clara inclinación a objetivarlo mediante su cuantificación.

El interés por contextualizarlo en el entorno económico llevó a autores clásicos a plantear la teoría del valor tiempo del trabajo, es decir que un objeto tiene mayor valor en cuanto mayor sea el esfuerzo socialmente necesario incorporado, medido principalmente en horas hombre, de esta manera se facilita el canje justo o proporcional de valores de cambio. Esta teoría junto con el concepto de plusvalía es acuñada por el capitalismo industrial buscando ampliar el excedente del capital estableciendo y legitimando largas jornadas laborales y estrictos controles establecidos por la administración científica del trabajo de Taylor.

III.1.1 El fordismo como creador de valor

En el capitalismo industrial, los clásicos factores de producción buscan ampliar el excedente del capital y si todos ellos se fundamentan en la fuerza de trabajo como principal vía para lograrlo conduce, inevitablemente, a que se implanten y legitimen largas jornadas laborales y bajos salarios. Pero, si se sostiene que el valor de cambio depende del trabajo –teoría del valor-trabajo– incorporado en las mercancías, se produce una contradicción que Marx hace evidente en Elementos Fundamentales para Crítica de la Economía Política (Grundrisse) “el capital en sí es la contradicción en proceso: por un lado, se esfuerza por reducir el tiempo de trabajo (necesario para la producción de los bienes) al mínimo, y por la otra pone el tiempo de trabajo como única fuente y única medida de la riqueza” (2007, p. 194).

Esta teoría del valor tiempo de trabajo es posible sólo con la concepción de trabajo abstracto en el que no interesa las características del producto elaborado sino la cantidad estándar de trabajo que encierra. Más allá de discutir entre precio, valor y utilidad, la eficiencia industrial vendría dada por mejoras tecnológicas producto de un tiempo dedicado al trabajo intelectual que ha quedado incorporado en el capital fijo. Esto es, en el sentido que unos pioneros logran eficiencia en sus procesos, producto de investigación y desarrollo, este no altera, de manera inmediata, sustancialmente el trabajo socialmente necesario. En el corto plazo la innovación recompensa las empresas que lo fomentan, pero no sucede lo mismo cuando estas ventajas competitivas establecen el nuevo estándar y la adopción de las mejoras productivas llegan a destiempo en empresas rezagadas, tal cual creación destructiva de la teoría schumpeteriana del desarrollo económico.

De esto se infiere que la ventaja competitiva es temporal y depende de estrategias vanguardistas que le permitan al industrial, entre otros frentes, disminuir costos a medida que se establecen nuevas y más eficientes formas

de producción. Sin embargo, en la contabilidad de costos se ha mantenido el legado del valor tiempo de trabajo mediante las horas mano de obra directa como uno de los más difundidos direccionadores de los costos indirectos de fabricación.

III.1.2 El fordismo como creador de valor

En el campo económico, se tiende a la mejora mediante la eficiencia y productividad fundamentada en comparabilidad de inputs y outputs; el aumento de beneficios contra el decremento de recursos. Pareciera paradójica esta relación que camina en sentido opuesto, sin embargo, es la lógica capitalista en cuya etapa industrial ve limitado su accionar en la rivalidad y escasez de recursos.

Efectivamente cuando la base es material su abundancia depende de la competencia. En un escenario sin competidores, la disposición de estos recursos aparenta gratuidad económica, pero en escenarios contrarios donde se consideran necesidades humanas ilimitadas y recursos económicos limitados es ineludible priorizar. Esta disparidad se da por el incremento de la demanda, por el agotamiento de las fuentes o por los dos al mismo tiempo; aquí opera perfectamente la ley de oferta/demanda, y la contabilidad de gestión se adhiere a este escenario mediante los modelos de marginalidad apegados a la economía de empresa.

Entonces, según la teoría neoclásica de valor, un bien se aprecia cuando su oferta disminuye, pero esto no basta si no es demandado, es decir que el mayor valor de un bien se establece cuando surten las dos condiciones. Por el lado de la oferta se determina por las dificultades que entraña su puesta a disposición y por el lado de la demanda depende de su grado de utilidad o de su percepción, de aquí la ejemplificación del valor del agua y los diamantes, situación que, el capitalismo cognitivo, aplica en las mercancías con alto contenido informacional y cultural, producto de la constante innovación y desarrollo que las hace temporalmente únicas y con vidas útiles cada vez menores (Ripoll, 1996; Lizcano, 1996).

III.2 El valor en el capitalismo cognitivo

El capitalismo cognitivo es un concepto desarrollado, principalmente, por Lazzarato, Hard y Negri, el cual constituye una prolongación y no una ruptura con el capitalismo anterior; por tanto, representa la continuación resignificada de las leyes de acumulación económica, ahora bajo la primacía del conocimiento como creador de valor. “Esto no significa afirmar livianamente que el capitalismo ya no es industrial, ya que la producción y el trabajo industrial siguen teniendo relevancia global (incluso en los países desarrollados), sino resaltar el hecho de que esa producción y ese trabajo se articulan con lógicas

de valorización que ya no son en esencia industriales” (Mezzadra, 2010, citado en Míguez, 2013, p. 36). No quiere decir que la corporalidad de las mercancías desaparezca, por el contrario, estas siguen siendo la base para la incorporación dentro de sí de contenido inmaterial, el cuál entraña la esencia para su valoración. Dicha valoración es incorporada igualmente por activos intangibles, en los que radica la ventaja competitiva de las compañías que afrontan grandes retos en su valoración objetiva. “Ahora bien, a diferencia de la producción industrial, la producción inmaterial se nutre de elementos subjetivos difícilmente mensurables como creatividad, imaginación, atención, potencial humano, conocimiento previo, empatía, complementariedad, sinergia, emoción, etc.” (Archel y Gómez, 2014, p. 110). Y por esto, “el valor de cambio, al independizarse del proceso de producción material, del trabajo inmediato y del tiempo de trabajo, deja de ser la medida del valor de uso de la fuerza de trabajo” (Correa y González, s.f., p. 6).

La ley del valor bajo la tesis del capitalismo cognitivo sufre una crisis (Vercellone, 2011), la cual, según Rodríguez y López, dificultan la ampliación del capital, en constante fracaso, reconociendo cuatro factores que la limitan:

- 1) la crisis de la medida del trabajo y de la productividad —no extrañe que estos problemas se expresen, en muchas ocasiones, como problemas contables—; 2) la extrañeza de las clásicas divisiones (capital fijo/ capital circulante, capital constante / capital variable) que tan eficazmente gobernaron los procesos de acumulación de la gran industria; 3) la artificialidad del principio de escasez en las economías del conocimiento; y 4) la creciente preponderancia de las llamadas economías externas (2010, p. 71).

Lo anterior ha desembocado en tercerización más allá de la separación entre producción y distribución del contexto fordista. La aplicación de la división smithiana del trabajo al interior de la producción ha favorecido su integración desde diferentes puntos del mundo. Este engranaje se ha facilitado gracias a los avances de las tecnologías de la información y la comunicación que permiten controlar y tomar decisiones en tiempo real desde las matrices o controladoras a kilómetros de distancia. En esta línea, la tercerización permite a las empresas flexibilizar su producción, es decir, apropiarse con rapidez eslabones en la cadena de valor y deshacerse con facilidad de unidades económicas no funcionales, decisiones facilitadas por la contabilidad de gestión desde su racionalidad factual.

En síntesis, la cuantificación del valor empresarial dentro del marco del capitalismo cognitivo presenta dificultades debido que no se ajusta a la concepción convencional de “valor de cambio vinculado al tiempo socialmente necesario para la producción de mercancías” (Archel y Gómez, 2014, p. 113).

III.3 El marketing creador de signos con valor

La inclinación hacia la realización supone una dedicación de esfuerzos hacia el sector terciario transformando profundamente la estructura del comercio; “el componente de conocimiento de los bienes y servicios se ha hecho decisivo en lo que respecta al valor añadido” (Castells, 2000, p. 146), por lo que las mercancías, acarrean junto con su corporeidad contenido inmaterial, esto es, más allá de su valor de uso tradicional, un valor de signo que involucra deseos para su comercialización. El valor de uso semiótico ha sido apropiado por el capitalismo cognitivo, siendo factible sólo cuando se recompensa el valor de cambio (Harvey, 2014).

El consumo como categoría social, torna difusa la distinción entre trabajadores y consumidores (Sassatelli, 2012), en este sentido la importancia del marketing y su manipulación se impone sobre el proceso productivo – material– en sí. El trabajo cognitivo crea sujetos vendedores de inmaterialidad y “la subsunción del trabajo cognitivo en la red productiva del semicapital desplaza el conjunto de la actividad productiva hacia la creación de estados mentales” (Berardi, 2003, p. 100).

En este escenario, lo fundamental de la “expansión del terciario se debe encontrar en la breve, pero abrupta revolución antropológica de las décadas de 1960 y 1970” (López y Rodríguez, 2010, p. 67) donde el lenguaje y la comunicación emprenden una carrera para poner de relieve las nuevas necesidades y el aspecto cultural de las mercancías vinculando su valor con su significancia, es decir, una reconfiguración del valor partir del signo. Diferente a la sociedad moderna, en el que el valor de uso y la materialidad de los objetos era el soporte del valor de cambio, ahora en la sociedad postmoderna el valor de signo es el que determina el consumo o en palabras de Baudrillard “esta ilusión [la de abundancia y felicidad] fue la del siglo XIX en cuanto a la producción material, y vuelve con más fuerza en el siglo XX con la productividad/signo” (1983, p. 244).

El marketing y su capacidad modeladora de mentes ha identificado su capacidad creadora de valor a partir del signo incorporado en los objetos que posicionan distintivamente a su poseedor. Esta es una capacidad abstracta que el marketing ha aprehendido de las distintas culturas las cuáles se fundamentan en la comunicación y “todas las formas de comunicación, “como nos enseñaron Roland Barthes y Jean Baudrillard hace muchos años, se basan en la producción y el consumo de signos. Así pues, no hay separación entre realidad y representación simbólica” (Castells, 2000, p. 443).

El trabajo inmaterial del marketing a través de su potencia neuro-posicionadora se concreta al agregar valor a objetos materiales, en los que encuentra su soporte y se vale de las artes visuales, auditivas, entre otras

otorgándoles valor subconsciente en sus gadgets o, en otras palabras, “ven en ello [accesorios materiales] un objeto concreto al cual asignarle valor; la experiencia demuestra que la introducción de tal anclaje es beneficiosa para el proceso de formación del valor. Incluso el intérprete de una performance debiera ser entendido, desde esta perspectiva, como objeto o vehículo de valor, entre otras razones porque encarna el trabajo humano” (Graw, 2017, p 85).

IV. Inaplicabilidad de la contabilidad de gestión tradicional en el marco del capitalismo cognitivo

IV.1 El desenfoque de la contabilidad de gestión en el capitalismo cognitivo

Con el ascenso de la inmaterialidad, la velocidad de los flujos, la tendencia hacia la producción semiótica y la economía de la desposesión (Harvey, 2014), propios de una sociedad moderna –y hasta transmoderna– (Daros, 2015), el capitalismo muta reconfigurando las relaciones económicas y sociales, de tal forma que a partir de la entrada en vigor de evolucionadas formas de producción y acumulación, la contabilidad de gestión anclada primigeniamente al capitalismo industrial no proporciona información relevante, develándose incoherencias o en el mejor de los casos inaplicabilidad.

En esta nueva etapa del capitalismo que el postoperismo italiano acuña como cognitivo el foco, más que nunca, es la gestión del conocimiento. La inmaterialidad del conocimiento concretada en los intangibles y en las expresiones culturales, afectivas, lingüísticas, culturales y artísticas aprehendidas por el marketing, presenta una doble dificultad en su gestión: por una parte, en su medición y valoración objetiva, y por otra, en la determinación de su contribución en la creación de valor económico. A diferencia del fordismo con su materialidad industrial y sus activos pesados, la gestión del conocimiento directo en la producción ya no se realiza en el encerramiento de las empresas ni menos durante la jornada laboral, esta gestión social del conocimiento -general intellect- conduce, inevitablemente, que a medida que se difunde no se agote, por el contrario, se reproduzca así se quieran imponer restricciones en su difusión y se le quiera someter a las reglas de los bienes materiales escasos. Así entonces, se presenta un constreñimiento contable del valor (Archel y Gómez, 2014) debido que el conocimiento, el cual deviene de un común y acumulativo social y no del tiempo de trabajo y/o de la escasez, se posiciona tendencialmente como principal factor de producción y como gadget en las nuevas mercancías materiales e inmateriales, semióticas y sugestivas desenfocando la contabilidad de gestión que tradicionalmente se ha circunscrito a lo fabril, material e interno.

Debido que la contabilidad captura, procesa y emite información acorde con el contexto articulada con los modos de producción (Arias, 2018), muchos de los modelos de gestión quedan miopes y no abarcan la totalidad de las dimensiones existentes, inclusive aquellos modelos atinentes a la valoración del capital intelectual, organizacional y relacional, se circunscriben al ámbito interno intentando descifrar las complejas relaciones económicas organizacionales actuales en búsqueda de potenciales generadores de valor empresarial, desconociendo, en parte, la subjetividad, la potencialidad y complejidad del trabajo inmaterial que no responde a la racionalidad económica de la ley valor/plusvalía (Vercellone, 2011). Cabe resaltar que el trabajo inmaterial y la producción/comunicación semiótica -soportada en el marketing corporativo- dentro de la actual dinámica de capitalismo cognitivo juegan un rol importante en la construcción de plusvalor, elementos que la contabilidad de gestión no ha logrado integrar debido al rompimiento de los límites entre entidad contable y sociedad.

IV.2 Dificultades técnico/teóricas tradicionales de la contabilidad de gestión en el contexto contemporáneo

La contabilidad de gestión encuentra con la revolución informática y tecnológica del último cuarto del siglo pasado oportunidad para robustecer sus modelos, no obstante, arrastra lo simplista y bidimensional de la lógica contable débito/crédito debido a la influencia de los informes financieros y lo mecánico e instrumental de las fábricas monoproducción, rezagando su tradicional accionar a pequeñas economías de escala que sobreviven dentro de las redes productivas establecidas por el capitalismo contemporáneo. En este afán financiarizador la contabilidad en general y la contabilidad de gestión en particular han sido informatizadas y moldeadas para dar cuenta, como fin último, de la creación de generación de valor empresarial mediados por las tasas de ganancias, desconociendo, en parte, su potencial en la participación de generación de valor a partir de las dinámicas organizacionales articuladas con el conjunto de la sociedad.

La contabilidad de gestión como disciplina y como práctica empresarial primigeniamente desarrolló su corpus conceptual desconociendo el entorno externo de las organizaciones, no obstante, las necesidades de información para la toma de decisiones podían prescindir de este debido a la estabilidad otorgada por el estado benefactor keynesiano. Pero con la entrada en vigor de un nuevo capitalismo neoliberal, el desmonte de las políticas Keynesianistas, los cambios en los sistemas de producción/acumulación, el conocimiento como principal generador de valor y el valor del signo soportado en el marketing, la contabilidad de gestión tradicional ha dejado de suministrar información relevante y útil para la toma de decisiones organizacionales.

Ya desde mediados del siglo pasado se había reconocido la necesidad de relacionar el conocimiento con los productos de manera directa, por ejemplo, los costos de investigación y desarrollo (Díaz, Montalvo, Celestrín y Prado, 2016), sin embargo, la contabilidad de gestión no incursionaba en su gestión más allá de la fábrica. Es decir, el adjetivo gestión no involucró su potencial económico, social y organizacional, centrándose en lo meramente contable e interno debido a la presión de las firmas de auditoría. En el capitalismo cognitivo los costos del conocimiento, con la dificultad que entraña su medición y valoración, subjetivamente se concretan en costos de investigación, desarrollo e innovación (I+D+I), en patentes y/o en derechos de propiedad intelectual, privatizando y mercantilizando el saber social, desconociendo su complejidad. El conocimiento social trasciende productos, procesos, organizaciones y la sociedad en general. Los saberes inherentes a cada disciplina se vinculan con otros saberes generándose innovaciones que de otra manera no fuesen posibles. En otras palabras, el conocimiento social desvanece fronteras organizacionales, perturbando transversalmente sistemas de información y producción potencializando y/o amenazando sistemas organizacionales dependiendo de la capacidad y preparación para acoplarse a estos constantes flujos de información saberes y conocimiento.

El flujo transversal de información, saberes y conocimiento facilitado por internet, hacen impredecible las tendencias comerciales obsoletizando los modelos lineales. Se reconoce que en los últimos tiempos la contabilidad de gestión se ha inclinado hacia la gestión más que hacia la contabilidad propiamente dicha; siendo influenciada, principalmente, por la ingeniería industrial y teorías organizacionales, intenta vincular el factor humano bajo enfoques teóricos como los de la sociología (Escobar y Lobo, 2002). No obstante, la nueva dinámica económica que ha develado el capitalismo cognitivo y que involucran el conocimiento social y la reconfiguración del valor parecen inaprensibles por parte del afán normalizador de la contabilidad de gestión.

En esta línea, la complejidad de los procesos y las operaciones que se vinculan en redes y se trasladan más allá de la tradicional fábrica, sumado al predominio del marketing y las expectativas como principales generadores de valor de mercado, ha favorecido el enfoque estático de la contabilidad con el valor razonable como principal baluarte opacando su carácter social concretado en la productividad real bajo su enfoque dinámico (Aglietta y Reberieux, 2009). Alineado con los objetivos simplificadores de la realidad económica de los inversores, el enfoque estático soslaya la contribución real de la actividad económica y social, elevando la maximización de rendimientos y generación de liquidez inmediata objetivada en las cotizaciones de los mercados, que de ser necesario desnaturaliza los activos productivos en busca de renta.

Con factores de producción acordes con los distintos modos de producción que persisten en lejanas latitudes y se articulan con la globalización auspiciados por las tecnologías de la información y la comunicación, la contabilidad de gestión se estira formando modelos híbridos. Afectada por los pronósticos e incertidumbre del capitalismo financiero, la contabilidad de gestión intenta inscribirse forzosamente en esta lógica crematística (D-D) sin encontrar acoplamiento o en el mejor de los casos queda a merced de las tasas de ganancias de la producción semiótica (D-Marketing-D) como derivación de D-Knowledge-D.

IV.3 Nuevos roles de la contabilidad de gestión

En una economía cognitarizada las actividades suponen un saber global y sobre estas se debería edificar las estrategias de extracción multidimensional y permanente de saber del capital variable tensionando la inercia tradicional de la contabilidad de gestión. Siguiendo el pensamiento complejo propuesto por Morin (2011), en el caso de la contabilidad de gestión, esta deberá situarse como interconector de lo multidimensional organizacional donde su estrategia no sea reduccionista ni totalizante. Con una nueva racionalidad en su abordaje deberá basarse en la recursividad y complementariedad y su construcción, deconstrucción, reconstrucción y resignificación no puede ser a espaldas del contexto social y organizacional.

Asistimos, pues, ante una cuarta revolución industrial³ con un mayor poder cognitivo que aumenta la producción humana donde se fusionan las tecnologías, físicas, digitales y biológicas, con características como velocidad, amplitud y profundidad, e impacto de los sistemas (Schwab, 2016). En un capitalismo cognitivo que sugiere una integración de saberes, tradicionales y formales, y una transversalidad del conocimiento, la respuesta de la contabilidad de gestión deberá instaurarse como un sistema abierto y crítico que analice, más allá la suma de partes, sinergias dentro de la totalidad de su objeto de estudio.

En contravía de la especialización de las ciencias, la contabilidad de gestión debe establecer relaciones entre el entorno interno y externo, donde conviva la micro y lo macro, lo cualitativo y lo cuantitativo, lo financiero y lo no financiero. El proceso de agregación de valor debe acoplar el conocimiento

3 Klaus Schwab (2016) enuncia que la industria 4.0 revolucionará la organización de las cadenas de valor globales “en un mundo en el que sistemas de fabricación virtuales y físicos cooperan entre sí de una manera flexible en todo el planeta. Esto permite la absoluta personalización de los productos y la creación de nuevos modelos de operación” pero que, a pesar de esto, existen todavía un 17% de la población mundial que no ha experimentado la segunda revolución industrial debido que carecen de electricidad y aproximadamente el 50% de la población no ha experimentado la tercera revolución industrial debido que no tienen acceso a internet.

social y la multidimensionalidad material e inmaterial del nuevo sistema de producción/acumulación.

La contabilidad, en general, sometida a proyectos transdisciplinares la convertirán en “una disciplina con raciocinio dialéctico y relacional para su accionar concreto” (Arias, 2014, p. 83) por lo que más que hablar de contabilidad de gestión es pertinente centrarse en el contador de gestión como gerente de información, procesos y procedimientos, con habilidades cognoscitivas, relacionales, técnicas, y sentido social en el que gestione el conocimiento organizacional más allá del entorno empresarial actuando inter y transdisciplinariamente para aportar alternativas innovadoras, creativas de mejoramiento continuo de procesos, programas, actividades y tareas. Estos son roles que el contador de gestión debe asumir y no delegar a la inteligencia artificial, los algoritmos o las redes neuronales del capital fijo, debido que no son capaces de trasladar lo aprendido a distintos escenarios. El contador de gestión debe tener la capacidad de resolver problemas y plantear opciones de mejora en contextos marcados por cambios constantes, que requieren la discontinuidad y divergencia del pensamiento.

Desde la perspectiva abordada, donde el valor deviene del conocimiento y del signo posicionado por el marketing, el contador de gestión ha de aprender a aprender y continuar aprendiendo constantemente, articulando conocimientos de distinta índole. Si el marketing se ha convertido en un vehículo potenciador de valor, disciplinas y metodologías académicas aparentemente alejadas del ámbito empresarial y vinculadas con lo social, por ejemplo, la sociología, la antropología empresarial e industrial o los diseños metodológicos etnográficos, deben ser abordados por el contador de gestión desde su aplicación teórico/práctica en las organizaciones.

En contraposición con los intentos normalizadores, el contador de gestión no debe asumir su rol desde la especialización unidisciplinaria, ni intentar acuñar forzosamente modelos preexistentes, por lo que la particularidad de cada situación exige un conocimiento multidisciplinario aplicados a complejas problemáticas, tanto así que académicos entre los que se destacan Osorio, Álvarez y Atehortúa, (2015) Sales y Carenys (2009) manifiestan el estudio de caso como una metodología de investigación apropiada para cada organización, esto es, reconociendo las singularidades dentro de diversidad, las cuales pueden ser abordadas con mirada holística, sin desconocer sus partes, y sin respuestas gerenciales estandarizadas. En suma, se reconoce la dificultad del desarrollo generalizado, unificado y estandarizador y el potencial integrador y transdisciplinario de la contabilidad de gestión en el actual escenario globalizador del conocimiento.

V. Conclusiones

Asistimos a nuevas formas de relaciones económicas (producción, realización y acumulación) donde la inmaterialidad y el conocimiento tendencialmente se posicionan como principal factor de producción y como características de las nuevas mercancías, los cuales fundan sus bases con la desmaterialización de la economía alineado con la globalización y la financierización, dejando atrás un capitalismo industrial fordista-taylorista-keynesiano caracterizado por la materialidad y la estabilidad. En este nuevo escenario el tiempo de trabajo y la escasez, que en el capitalismo industrial han sido la medida de valor, pierden vigencia y con esto todo el entramado fundado sobre sus bases, entre ellas la contabilidad de gestión como herramienta de los modelos organizacionales. Así entonces, la contabilidad de gestión dentro de su accionar disciplinar y su afán normalizador desde los años ochenta del siglo pasado se enfrenta a una crisis debido que su nicho ha cambiado y sus técnicas no responden a las exigencias del entorno económico que se ha abierto y relacionado a todas las esferas de la vida, por lo que su mirada debe abarcar un mayor espectro e involucrar externalidades, para relacionar la heterogeneidad de lo organizacional y social, para lo cual ha de transdisciplinarse a fin de procesar información que deviene de la inmaterialidad del conocimiento inmerso en la sociedad y de las tendencias cambiantes del marketing. En contravía de un enfoque normalizador y monodisciplinar y sin pretender hacer ingeniería, la contabilidad de gestión y el contador de gestión debe asumir posturas críticas que permitan articular herramientas multidisciplinares en el proceso de contribución con la toma de decisiones y agregación de valor empresarial.

Referencias bibliográficas

- Aglietta, M., y Reberrioux, A. (2009). El capitalismo financiero a la deriva. El debate sobre el gobierno de la empresa. Bogotá: Universidad Externado.
- Alves, G. (2012). Crisis de valoración desmedida del capital. Breve ensayo sobre la naturaleza de la crisis estructural del capital. En E. Gutiérrez, A. Sotelo, y D. Castillo, Capital, trabajo y nueva organización obrera (p. 15-40). Mexico. D.F: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Antunes, R. (2001). ¿Adios al trabajo? Ensayo sobre la metamorfosis y la centralidad del mundo del trabajo . Sao Paulo : Cortez Editora.
- Archel, P. y Gómez, M. (2014). Crisis de la valoración contable en el capitalismo cognitivo. Revista Innovar, 103-116.
- Arias, J. (2014) Unitas Multiplex. Desafíos de la contabilidad frente al proyecto transdisciplinario. Congreso nacional de estudiantes de contaduría pública de Colombia - Asecop - Fenecop (pp. 59-86). San José de Cucuta. Universidad Francisco de Paula Santander.

- Arias, J., y Cano, V. (2018) Contabilidad y modos de producción. Apuntes reflexivos para repensar el papel social de la contabilidad. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 73, 33-48. Doi: <https://doi.org/10.17533/udea.rc.n73a02>
- Baudrillard, J. (1983). *Crítica de la Economía Política del signo*. México: Siglo Veintiuno editores.
- Berardi, F. (2003). *La fábrica de la infelicidad. Nuevas forma de trabajo y movimiento global*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Buitrago, S. (2013). Fordismo y postfordismo: control social y educación. *Revista Vinculando*, 1-6.
- Castells, M. (2000). *La sociedad red*. Madrid: Alianza Editorial S.A.
- Coriat, B. (1991). *El taller y el Cronometro. Ensayo sobre el Taylorismo, Fordismo y la producción en masa*. Madrid: Siglo XXI.
- Correa, H. (2012). *Capitalismo cognitivo: problemas y desafíos para la economía política*. (p. 31). Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Correa, H., y González, J. (s.f.). *Análisis crítico del devenir del concepto de trabajo inmaterial. Una revisión del concepto en el pensamiento de Negri, Lazzarato y Hard*.
- Daros, W. (2015). *Tres enfoques sobre el pasaje de la modernidad a la postmodernidad*. Rosario : UCEL.
- Deleuze, G. (2005). Posdata sobre las sociedades de control. En C. Ferrer, *El lenguaje libertario: Antología del pensamiento* (pp. 115-121). La plata: Utopía Libertaria.
- Díaz, A., Montalvo, I., Celestrín, C., y Prado, E. (2016). La evolución de la contabilidad de gestión como ciencia contable y su importancia para el desarrollo de la sociedad. Recuperado de: <http://monografias.umcc.cu/monos/2014/Facultad%20de%20Ciencias%20Economicas%20e%20Informatica/mo14103.pdf>
- Escobar, B., y Lobo, A. (2002). Implicaciones teóricas y metodológicas de la evolución de la investigación en contabilidad de gestión. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 245-286.
- Fumagalli, A. (2010). *Bioeconomía y capitalismo cognitivo. Hacia un nuevo paradigma de acumulación*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Graw, I. (2017). El valor de la mercancía artística. Doce tesis sobre el trabajo humano, el deseo mimético y la vitalidad. *ARQ UC CHILE*, 130-145.
- Hard, M., y Negri, A. (2000). *Imperio*. Barcelona: Paidós.
- Jaua, E. (1997). *Del fordismo a la flexibilidad laboral: supuestos, crisis y realidades de la regulación social*. Economía y ciencias sociales.
- Johnson, T., y Kaplan, R. (1988). *La contabilidad de costes. Auge y caída de la contabilidad de gestión*. Barcelona: P&G Editores.
- Lazzarato, M., y Negri, A. (2001). *Trabajo inmaterial. Formas de vida y producción de la subjetividad*. Rio de Janeiro: DPyA Editora.
- Lipietz, A. (1997). El mundo del Postfordismo. *Revista Ensayos de Economía*, 11-53.
- López, I., y Rodríguez, E. (2010). *Fin de ciclo. Financiarización territorio y sociedad de propietarios en la onda larga del capitalismo hispano (1959-2010)*. Madrid: Traficantes de sueños.

- López, C. (2018). La materialidad del “trabajo inmaterial”: algunas claves para una aproximación alternativa al trabajo en el capitalismo tardío. Recuperado de https://www.academia.edu/2515815/La_materialidad_del_trabajo_inmaterial?auto=download
- Lucas, M. (2012). Los principios toyotistas en el contexto de la reestructuración productiva: Nuevos (y viejos) imperativos del capital y las transformaciones del mundo del trabajo. En E. Gutiérrez, A. Sotelo, y D. Castillo, *Capital, trabajo y organización obrera* (pp. 41-74). Mexico. D.F: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Marx, K. (2007). *Elementos fundamentales para la crítica de la economía política (Grundrisse) 1857-1858*. Mexico D.F.: Siglo XXI editores.
- Míguez, P. (2013). Del General Intellect a las tesis del “Capitalismo Cognitivo”: aportes para el estudio del Capitalismo del siglo XXI. *Bajo el Volcán*, 27-57.
- Morin, E. (2011). *Introducción al Pensamiento Complejo*. Barcelona: Ed. Gedisa
- Neffa, J. C. (1999). Crisis y emergencia de Nuevos Modelos Productivos. En J. C. Neffa, *Los retos teóricos de los estudios del trabajo hacia el siglo XXI* (p. 39-70). Buenos Aires: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Osorio, J., Álvarez, J. y Atehortúa, T. (2015). Caminos de investigación a la contabilidad de gestión. VI Congreso de Contabilidad (pp. 1-19). Chapecó: Universidade Federal de Santa Catarina.
- Piñero, F. (2004). El modo de desarrollo industrial Fordista-Keynesiano: Características, Crisis y reestructuración del capitalismo. *Contribuciones a la economía*, 1-18.
- Rifkin, J. (2000). *La era del acceso. La revolución de la nueva economía*. Barcelona: Paidós.
- Rodríguez, P. (2018). ¿Qué son las sociedades de control? Recuperado de <http://www.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/21.-Qu%C3%A9-son-las-sociedades-de-control.pdf>.
- Sales, X. y Carenys, J. (2009). La investigación con estudios de caso en contabilidad de gestión, una ciencia social. *Revista Iberoamericana de Contabilidad de gestión*, 1-15.
- Sassatelli, R. (2012). *Consumo, cultura y sociedad*. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- Valencia, P., y Platán, J. (2011). El empresario innovador y su relación con el desarrollo económico. *Revista TEC Empresarial*, 21-27.
- Vercellone, C. (2011). La ley del valor en la transición desde el capitalismo industrial al nuevo capitalismo. Recuperado de http://argentina.indymedia.org/uploads/2014/06/teoria_valor_vercellone.pdf
- Wallerstein, I. (1988). *El capitalismo histórico*. Madrid: Siglo XXI.