



Febrero - Marzo
2002

Número Actual

Números Anteriores

Editorial

Sitios de Interés

Novedades

Ediciones Especiales



Carr. Lago de
Guadalupe Km. 3.5,
Atizapán de Zaragoza
Estado de México.

Tels. (52) 58 64 56 13
Fax. (52) 58 64 56 13

De fuentes egoístas a comunidades de inteligencia comunicativa: Exploraciones sobre el universo conceptual de la comunicación humana

Número Actual

Por *Abraham Nosnik Ostrowiak*

Número 25

Presentación

Quisiera iniciar mi conferencia con una serie de aseveraciones que sintetizan mi visión de la historia moderna y progreso del estudio de la comunicación humana:

- Hemos evolucionado desde concepciones de fuentes egoístas hasta comunidades enteras realizando un esfuerzo muy arduo por utilizar la información disponible de forma productiva y benéfica para todos.
- La historia moderna de la comunicación, es decir, desde fines de la década de los veinte, aproximadamente, del siglo pasado, hasta nuestros días puede resumirse en tres etapas. La primera la llamaré "la etapa de las fuentes egoístas"; la segunda "de los emisores y receptores estratégicos" y la tercera, que apenas empieza a insinuarse en nuestro campo "la etapa de los usuarios corresponsables o de las comunidades de inteligencia comunicativa"
- La historia del estudio de la comunicación humana es la historia de tres inteligencias con respecto a la información: la inteligencia que produce mensajes o "inteligencia lineal"; la inteligencia que genera flujos, difunde o distribuye información entre diferentes receptores, públicos y-o audiencias o "inteligencia dinámica", y la inteligencia que puede utilizar la información para construir y progresar, o "inteligencia productiva". En este último caso, cabe también un uso improductivo de la información, hablaríamos de una "inteligencia improductiva" que busca destruir y avanzar con base en intereses particulares en contra de otros grupos, y por supuesto, contra intereses que amenazan los suyos.

Origen de la clasificación lineal, dinámica y productiva

Desde hace algunos años, por razones profesionales, he tenido que estudiar a la calidad y algunos otros enfoques, modelos y herramientas organizacionales, administrativas y de gestión cuyo objetivo primordial es auxiliar a diferentes empresas, instituciones y filantropías a entender y enfrentar de la manera más inteligente, estratégica y rápida posible su sobrevivencia y prosperidad en un mundo y medio ambiente cada vez más competido y demandante.

Como parte de las reflexiones y enseñanzas de estos temas de la vanguardia administrativa, noté un hecho curioso: todos ellos hablan de procesos que inician con la retroalimentación de los usuarios que reciben el beneficio o el perjuicio de un trabajo bien o mal hecho, respectivamente.

Si por un momento admitimos que un usuario (también llamado cliente, consumidor, ciudadano, etc.) es lo que corresponde en

los procesos de comunicación que estudiamos en nuestra profesión y disciplina, al receptor, estamos ante una nueva modalidad, por lo menos así lo creo yo, de intercambio informacional.

En nuestra tradición, la comunicación empieza por el principio y no por el final. Es decir, inicia por la fuente o el emisor y no por el receptor. Es cierto que si nos ponemos estrictos, los procesos de la vanguardia administrativa también dan principio por el emisor (llamado en el contexto organizacional "proveedor"). Sin embargo, este inicio es completamente diferente al origen tradicional expresado por los emisores. Me explico.

Los modelos y las teorías de la comunicación hasta ahora, muestran que el primer paso de ésta es la expresión de un mensaje que refleja un interés u objetivo concreto del emisor, y este interés u objetivo es influir o persuadir al receptor de algo cuyo efecto o reacción en este último conviene al primero, el emisor.

Dicho más concretamente: hasta ahora la comunicación inicia porque un emisor quiere algo del receptor. La actitud es utilitaria, aunque pueda ser legítima y variada (el emisor puede informar, educar, intentar vender algo o entretener al receptor). Sin embargo, en cuanto al tema de calidad y demás esfuerzos de rediseñar el sistema productivo que enlaza proveedores con clientes y jefes con colaboradores, la actitud es diferente. La comunicación inicia con un par de preguntas a quien recibe el impacto de nuestro trabajo: ¿qué necesitas de mí y qué esperas que pueda hacer por tí?

Algunos de Ustedes podrán decir que esta actitud "aparentemente" altruista tiene también de trasfondo un aspecto utilitario: me interesa que mi usuario me compre o consuma mi producto o servicio, y lo haga el mayor tiempo posible en el futuro.

Estoy de acuerdo. Sin embargo, el impacto en nuestra forma de entender y actuar en el marco de la comunicación cambia. Nunca antes, por lo menos desde mi punto de vista, emisores o proveedores, si se quiere, estuvieron obligados a ser receptivos con sus receptores o usuarios o clientes o consumidores por razones de sobrevivencia en ámbitos tan competidos. No desconozco que desde siempre ha existido una competencia entre fuentes o emisores o proveedores para ver quién es el más efectivo en términos de ser creíble para sus respectivos receptores o usuarios o clientes. Sin embargo, el acento de nuestro tiempo en que "el que no es competitivo muere", o por lo menos está en serio riesgo, no es un aspecto pasajero o que afecta a ciertos sectores o ámbitos de la sociedad, es, parecer ser, una nueva forma de convivencia por habernos insertado en el juego del sistema mundo.

La globalización como apertura al Sistema-Mundo

Si se acepta lo que acabo de afirmar, es decir, que la competencia y la competitividad son demandas universales de nuestro tiempo, yo podría argumentar, como lo intento hacer, que las formas comunicativas también se ven influidas y por ello existe la necesidad de: probar la influencia de este tipo de realidades sobre los procesos comunicativos humanos y de reconceptualizar tales procesos para poder "sobrevivir y prosperar informacionalmente" en este nuevo orden.

La primera pregunta o problema a resolver es, precisamente, ¿qué es este nuevo orden que llamamos "globalización"?

Sé que la gran mayoría de Ustedes, son estudiosos y especialistas en comunicación y temas afines. También sé que entre Ustedes se cuentan alumnos y alumnas que intentan aclararse para sí, y también para otros en sus respectivos ámbitos de influencia, "qué es la comunicación y cuál es su

utilidad práctica en un mundo tan complejo y cargado de paradojas e incertidumbre como el nuestro".

Pues bien, para mí la **globalización** no es otra cosa que la *inserción de una comunidad humana formal* (por ejemplo, profesional, laboral, educativa, económica, política, filantrópica, etc.) o informal (como la propia familia y otro tipo de instituciones sociales o grupos primarios con diversos objetivos) en *un nuevo ambiente u orden llamado sistema-mundo*.

Este nuevo orden es una creación humana y como todo producto de la mente humana tiene dos características básicas: su impacto puede ser positivo y previsto o anticipado, y su impacto puede ser negativo e imprevisto o sorpresivo.

Hasta ahora, incluso, no nos hemos puesto de acuerdo si efectivamente existe la globalización como un nuevo orden y si este nombre es el más correcto para poder identificarlo y de ahí poderlo estudiar, analizar, aprovechar y controlar. Existen algunos autores y especialistas que prefieren hablar de "mundialización" y de "regionalización".

Sin embargo, creo que cada día es más evidente el surgimiento de nuevas formas de interacción tecnológica, económica, comercial, etc. que presionan y muestran que las formas de organización y convivencia humana también tienen que repensarse.

A pesar de todo, creo que no es descabellado decir que existen defensores y promotores de la globalización, y algunos otros que son sus críticos, detractores y que luchan por conseguir su eliminación. En lo personal, creo que ya es muy tarde para eliminar este orden emergente. De hecho, me parece absurdo siquiera pensar en su eliminación pues nadie tiene su control completo. Lo que nos resta es tratar de comprenderlo y: maximizar sus beneficios y minimizar sus perjuicios, lo más rápidamente posible.

De hecho, ya sabemos algunas cosas acerca de este fenómeno. Sus aspectos positivos tienen que ver con procesos de integración y mejora continua, y sus aspectos negativos con la fragmentación y la amenaza del deterioro sin límite y con la violencia.

Veamos

Los aspectos positivos de la globalización se relacionan con la integración del mundo con base en la tecnología y la información, lo que Marshall McLuhan llamara Aldea Global, es decir, un orden planetario con una mayor cercanía entre los seres humanos, sobretodo geográfica, psicológica y de interconexión, y una mayor consciencia comunitaria a nivel mundial. Igualmente, la apertura al sistema-mundo ha traído oportunidades a nivel económico, de comercio exterior y de rediseño organizacional para crecer y desarrollarse a partir de identificar y brindar satisfactores materiales y de servicio con base en las necesidades de los mercados, nichos y clientes y consumidores, y la amenaza de ser sustituido como proveedor por las habilidades y el conocimiento superior de la competencia.

A pesar de que la integración tecnológica, informativa, económico-comercial y las oportunidades de desarrollo y reinención de empresas, instituciones y organizaciones en general tienen sus propias barreras de entrada, existe una percepción y un creciente consenso de que éstos son los aspectos que la globalización nos ha traído como una nueva forma de modernidad.

Por otro lado, la globalización también implica procesos de fragmentación. Es decir, contiene aspectos "no globalizables" como la política interna de los diferentes países, sus culturas nacionales, sus creencias religiosas, etc. Esto no quiere decir que la globalización haya traído consigo estas realidades. Lo que

sucede es que, precisamente, estas realidades nacionales y de algunos grupos culturales, raciales y étnicos no son globalizables como lo son los procesos explicados como tendencias de integración líneas arriba. Aún más, llevado al extremo el argumento, algunas expresiones nacionalistas, religiosas y de supremacía racial son factores no sólo de retraso y conflicto social donde surgen sino representan lo que John Naisbitt llama "paradojas globales", es decir, tendencias aberrantes en un mundo que tiende, por lo menos conceptualmente, a una unión mayor por razón del desarrollo tecnológico y la explosión de información.

Las inteligencias de la comunicación humana: Un recuento evolutivo

Mencioné en un principio que una forma de reconceptualizar la historia moderna del estudio científico de la comunicación humana es referirnos a ella como una experiencia evolutiva con referencia a la información.

Casi todos sabemos que la historia moderna, de estudio científico, de la comunicación se inicia con el advenimiento de la sociedad industrial y sus artefactos de información: me refiero, por supuesto, a los medios masivos de comunicación social. Los "medios" son los artefactos creados en los albores de la sociedad industrial que, eventualmente, ayudaron a este tipo de sociedad a masificar la propia cultura.

El fenómeno comunicativo moderno es, pues, primero un fenómeno de producción masiva de mensajes con base en los adelantos tecnológicos. Shannon y Weaver son su ejemplo paradigmático en nuestra disciplina.

Sin embargo, Shannon y Weaver también representan, además de clásicos, autores lineales. Los modelos lineales de la comunicación tienen, en parte mala fama, porque son unidireccionales y mecanicistas y se les suele identificar con actitudes autoritarias de quien emite los mensajes.

La linealidad, pues, se simboliza en nuestro campo con "fuentes egoístas". A diferencia de los emisores, en la cultura ingenieril y tecnológica de los primeros pasos de la comunicación humana moderna, las fuentes no son empáticas y conciben a sus receptores como destinos anónimos.

Cuando los científicos sociales y de la conducta entran en el escenario del estudio de la comunicación humana, las fuentes frías y mecánicas son sustituidas por emisores más humanos. Podemos decir que la imagen de los emisores ya comprende la imagen de personas reales, con intereses particulares y condiciones específicas.

Desde mi punto de vista, la evolución de la linealidad al dinamismo en comunicación corresponde del paso del "egoísmo" a la "capacidad estratégica". Tanto emisores como receptores buscan influirse mutuamente. La retroalimentación, quizá el concepto más trascendente y demandado de la propia teoría, y práctica, de la comunicación humana, no es otra cosa que "el control recíproco que ejerce el emisor sobre el receptor y el receptor sobre el emisor". Lo anterior no quiere decir que esta mutua influencia siempre se dé de forma igualmente efectiva e intensa.

Lo único que quiere decir es que el descubrimiento de la retroalimentación en nuestro campo hizo de la producción lineal de mensajes un flujo de intercambio de los mismos entre las dos partes constitutivas del proceso de comunicación: emisores y receptores. Aún más hizo de cada emisor un receptor y de cada receptor un emisor.

La sofisticación del dinamismo en comunicación no para ahí, es decir, no sólo se da por el hecho de reconocer a la retroalimentación como condición necesaria para hablar

propiedad de comunicación, a diferencia de sólo informar a la contraparte. También incluye lo que se conoce como "el argumento de la selectividad" y "el argumento de la conversación". La **selectividad** es el descubrimiento de que somos consumidores activos de información. No sólo usamos lo que nos dan los medios o las fuentes de información que la generan (personas o instituciones) sino la buscamos activamente y la interpretamos y almacenamos con estilos diferentes.

La **conversación** consiste en el hecho de que ningún receptor, por más aislado que esté al recibir información, está solo. Todos formamos parte de múltiples redes complejas que nos ayudan a reinterpretar o resignificar lo que recibimos en forma de mensajes primeros de una interacción con otro, con los demás.

De tal suerte que lo dinámico en comunicación comprende cuando menos tres complejidades: la retroalimentación, el procesamiento humano de información y nuestra conformación social en redes.

Sin embargo, existe aún un tercer nivel, por lo menos así lo empezamos a creer un grupo de estudiosos de la comunicación. Lo productivo en comunicación va más allá de fuentes egoístas y de emisores y receptores estratégicos que buscan influirse de forma efectiva con base en objetivos diversos.

Lo productivo se relaciona con la responsabilidad de cada uno de los actores y de la mutua corresponsabilidad entre sí y para con el sistema que forman. Para una fuente egoísta existe una sola responsabilidad: consigo mismo. Para los estrategas de la comunicación, ya sea emisores o receptores, la responsabilidad existe en la medida en que cada quien busca crear un efecto en el otro y que tal efecto brinda aunque sea un mínimo beneficio a la contraparte para poder permanecer comunicados en el futuro.

En la productividad, es decir, en el tercer nivel de interacción comunicativa existen las siguientes responsabilidades: la responsabilidad de quien inicia la comunicación de conocer las necesidades y expectativas de su contraparte para saber ajustarse a ellas y producir información relevante a su usuario. Nótese que aquí introduzco un nuevo concepto para el proceso de comunicación: usuario.

Un usuario es aquél que recibe el impacto positivo y negativo de la información de su contraparte. Sin embargo, la diferencia con los emisores y receptores estratégicos del nivel dinámico es que en el nivel productivo el usuario, y no el proveedor, establece la calidad de la información con base en el resultado esperado.

La segunda responsabilidad en el nivel productivo es de quien recibe la información en primera instancia. Su responsabilidad consiste en retroalimentar a su contraparte, es decir el proveedor de información, de tal manera que lo apoye a mejorar su capacidad de producir información. Una tercera responsabilidad es de ambos, proveedor y usuario: utilizar de tal manera la información disponible que el propio sistema del que forman parte pueda cumplir su objetivo (su misión) y genere beneficios para todas las partes involucradas.

Resumiendo:

- En la linealidad, la única responsabilidad es producir información para beneficiar a quien la genera.
- En el dinamismo, la responsabilidad es de cada parte: generar una capacidad tal de producir e influir con la información a la contraparte (el emisor al receptor; el receptor al emisor) que cada parte logre crear un efecto en el otro que le genere la máxima satisfacción a quien acertó en su estrategia, y al otro que lo beneficie el mínimo necesario para seguir motivado a comunicarse con el primero.

- En la productividad, la responsabilidad es tripartita: el proveedor (emisor) busca producir información con los requerimientos de calidad acordados con su usuario; el usuario, por su lado, está obligado a retroalimentar a su proveedor de forma tal que le ayude a mejorar en su capacidad comunicativa, y todas las partes deben de asumir su responsabilidad individual ante el sistema que integran para que la mejora colectiva dé como resultado beneficios en términos de los objetivos comunes que se persiguen. Es decir, en este tercer nivel de comunicación se busca que la información contribuya a la productividad del sistema todo y de cada una de sus partes.

Cada uno de los niveles de comunicación es también una forma inteligente de la misma. La inteligencia lineal de la comunicación es la capacidad mostrada de un sistema de producir información. La inteligencia dinámica de la comunicación es la capacidad mostrada de un sistema de hacer llegar a cada una de las partes del proceso los mensajes producidos. La inteligencia productiva de la comunicación es la capacidad mostrada del sistema en donde sucede la interacción informativa de utilizar los mensajes en beneficio propio, en favor de la contraparte y del propio sistema y su mejora como un todo.

Cuando hablo de "inteligencia comunicativa" también me refiero a la capacidad de generar calidad *versus* insatisfacción por incumplimiento en cada uno de los niveles que marcan los tres pasos que definen la comunicación: producir información; difundir información y usar información.

Dicho de otra manera, **la inteligencia comunicativa es el grado en que los mensajes generan más satisfacción que insatisfacción en quienes los producen, los distribuyen y reciben, y los usan.** La satisfacción, a su vez, depende a nivel de cada una de las partes de las necesidades, expectativas y objetivos comunicacionales que persiguen y a nivel de sistema, de la misión u objetivo general que da identidad y sentido de propósito al mismo.

Inteligencia comunicativa y sistemas formales

Los grupos humanos que se organizan para cumplir con un objetivo común de forma colectiva les llamamos sistemas de convivencia. Cuando éstos son formales los llamamos organizaciones.

La comunicación organizacional que genéricamente estudia los sistemas de convivencia en los sectores público (Gobierno), privado (empresas) y Tercero (sociedad civil o filantropías) es un campo cuya importancia es doble: por un lado, es un ámbito de especialización en el campo general de nuestra disciplina, y por otro, nos ayuda a entender la naturaleza misma de la comunicación. Como he mostrado anteriormente, la noción de "productividad" como tercer nivel de comunicación surgió de este ámbito de estudio.

El estudio de las organizaciones es, en cierto sentido, el estudio de cómo éstas se convierten en herramientas de generación de diferentes tipos de riqueza para la sociedad. Las organizaciones del sector público brindan las condiciones fundamentales de convivencia pacífica y productiva en sociedad dentro de un territorio nacional. Las organizaciones del sector privado generan la riqueza material que requiere una sociedad y, crecientemente, el conocimiento técnico- práctico para hacer crecer y desarrollarse a una economía. Por su lado, las llamadas organizaciones del Tercer Sector son las encargadas de captar ahorro público y privado, nacional e internacional para procurar o restablecer la calidad de vida de una comunidad con base en sus propias definiciones de necesidades y expectativas, sus deseos y anhelos o incluso, si se me permite, sus ideales, anhelos o utopías.

La comunicación es fundamental para que una organización pueda convertirse en una herramienta efectiva de construcción

social. Permite, cuando se planea, ejecuta y evalúa eficaz y eficientemente, alinear la misión con su correspondiente operación. También permite evaluar la calidad de la misión en su realismo, viabilidad, generación de beneficios compartidos y justicia distributiva y su capacidad de perfeccionar la persona humana de quienes deciden cumplirla.

Una organización que no adopta un plan general de comunicación difícilmente conseguirá crear un ambiente de información lo suficientemente rico como para que cada nivel jerárquico, área funcional, equipo y colaborador tenga una idea clara de lo que la propia organización quiere lograr como colectividad y el papel de cada una de estas instancias e individualidades en dicho esfuerzo comunitario.

Dicho de forma resumida: una organización podrá cumplir su cometido de convertirse en herramienta de mejora social siempre y cuando vea a la comunicación como un medio para alinear su propósito fundamental o misión con su funcionamiento operativo. Sin embargo, el reverso de la moneda es igualmente importante y verídico: la comunicación es un medio para evaluar críticamente la misión y la contribución social de cada organización desde su funcionamiento operativo. Desafortunadamente debo decir que como sociedad apenas estamos despertando a esta conciencia de los papeles de efectividad y autocrítica de la comunicación en las empresas e instituciones.

He mencionado ya el tema de la globalización. En mi opinión la comunicación está llamada a jugar un papel preponderante en las estrategias de cambio hacia la competitividad en nuestra cultura tanto institucional como social y política. Debemos en el futuro de aprender a convivir con diferentes y novedosos estilos institucionales de ser productivos en presencia de las nuevas tecnologías de información y comunicación, esquemas de creencias, valores y virtudes corporativas y metodologías de trabajo y formas de plantear la productividad. Lo que es claro es que la tendencia a "dessectorizar la productividad", es decir, el no considerar sólo al sector empresarial como el productivo de nuestra sociedad, seguirá avanzando para incluir y consolidar a los sectores público y filantrópico como ámbitos de creación de riqueza y plataformas de contribución profesional en nuestro país.

Siempre es muy emocionante presenciar el nacimiento de un nuevo ser. Así como el sistema mundo o la propia globalización, las organizaciones y la cultura, los programas académicos son creaciones humanas. Quizá de las creaciones más nobles porque responden a lo que Karl R. Popper, un distinguido filósofo inglés de origen austriaco, identificara como uno de los aspectos distintivos del ser humano como especie: su capacidad y voluntad de sustituir la violencia, en cualquiera de sus formas, por la racionalidad, la argumentación y el diálogo.

La educación siempre ha sido y sigue siendo un tema relevante para la sociedad. En nuestro tiempo se le ha elevado incluso a una forma de expresión productiva o riqueza y ventaja competitiva de individuos, organizaciones y naciones: el capital intelectual.

Si revisamos los sinónimos que hasta ahora se han utilizado para identificar a la Sociedad Postindustrial vemos que todas están relacionadas con la actividad educativa: la Sociedad de la Información; la Sociedad del Conocimiento; la Sociedad Postcapitalista; la Sociedad de las Organizaciones y la Economía de los Servicios, entre otros.

Es evidente que la educación está vinculada con la información, sobretudo con dos aspectos de ella: con la información general y la especializada. A través del sistema escolarizado vamos progresando de los niveles más básicos a los superiores en un gradiente de la información general a la más especializada. Las

nuevas tecnologías de información y comunicación, en este sentido, abren extraordinarias posibilidades de expansión de horizontes tanto para los más tiernos de los alumnos como para aquéllos que ya maduros, deciden que el estudio es una parte de su estilo de vida y una dimensión aplicable al derecho universal de estar bien informado.

El conocimiento, subproducto de la información está también íntimamente relacionado con la educación. Una educación efectiva da como resultado conocimiento en el sentido de lograr desarrollar un criterio para el uso positivo y efectivo de la información a la que tenemos acceso. Sin embargo, también debemos reconocer que las instituciones educativas no pueden, ni deben asumir solas el reto de la generación de conocimiento en una sociedad. Crecientemente el mundo del trabajo por medio de las organizaciones de los sectores público, privado y Tercero debe convertirse en el mejor aliado estratégico del sistema escolarizado para producir medios y posibilidades de progreso en este sentido, en nuestro país.

Quizá siempre tengamos como una asignatura pendiente o bien, como un ideal, crear una sociedad justa en sus oportunidades para aprovechar el talento humano de diferentes individuos y sectores, y brindar lo necesario para una vida digna a todo aquél que vive en nuestro territorio nacional. Ese es el reto y el dilema postcapitalista, llamado ahora La Tercera Vía.

Insisto quizá siempre, por el carácter paradójico y contradictorio de la vida misma, no podremos resolver cabalmente el dilema anterior. Lo que es un hecho es que el talento humano se refuerza con educación y se desperdicia sin ella. También sigue siendo una verdad que la educación, a pesar de todo, es un medio efectivo de movilidad social y creación de oportunidades de desarrollo en donde ocurre de forma eficaz y consistente.

De las organizaciones no hablaré mucho más pues he mencionado, aunque sea tangencialmente el tema. Sin embargo, diré que la creciente inversión que los mexicanos llevamos a cabo en términos educativos y de escolaridad en nuestras vidas nos hace esperar más de nuestras organizaciones. La educación es un creador y multiplicador de expectativas de desarrollo y mejores condiciones de trabajo. Ojalá mostremos estar a la altura de este reto con una gran imaginación para crear y reinventar nuestras empresas, instituciones gubernamentales y las organizaciones de la sociedad civil para beneficio de México.

Las economías más evolucionadas se mueven al ámbito de los servicios y ello implica llevar a cabo trabajos que demandan tanto mayor entrenamiento técnico- científico y tecnológico como formación en valores humanos para servir al prójimo con dignidad y profesionalismo. Es impensable esta emigración económica de los servicios sin educación y sus variantes como entrenamiento, capacitación y desarrollo.

Y así llego al momento en que los temas de la presente conferencia confluyen en la educación en comunicación institucional y social. Por todo lo dicho anteriormente, está claro que tanto la comunicación, como las instituciones y las sociedades están en pleno cambio. La educación se encuentra también en una dinámica de transformación.

Por otro lado, ha quedado claro que estos tiempos de cambio tienen, como quizá siempre lo han tenido en la historia de la Humanidad, sus oportunidades y sus amenazas. Creo en la posibilidad de enfrentar nuestros retos positivamente. Parte de nuestra inteligencia consistirá también en motivarnos para no perder nuestra fe y esperanza en las fuerzas más productivas que tenemos para crear un mundo más justo, más armónico. Un mundo mejor.