

La comunicación desde una perspectiva filosófica. Lectura introductoria

Autoría



Marta Rizo

Profesora-investigadora en la Academia de Comunicación y Cultura de la Universidad de la Ciudad de México.

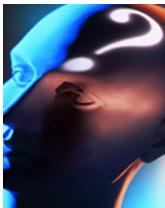
Sumario

Abstract

Introducción

1. Algunas pinceladas sobre historia de la filosofía
 2. Breve repaso de la historia del pensamiento comunicacional
 3. La comunicación como objeto del pensamiento filosófico
 - 3.1. Lecturas ontológicas y éticas sobre la comunicación
 4. Cierre
- Bibliografía

ABSTRACT



La relación entre Filosofía y Comunicación ha sido explorada por el pensamiento filosófico del siglo XX, y en menor medida por las Ciencias de la Comunicación, que en el mejor de los casos han reflexionado sobre su propia esencia y han debatido asuntos teóricos y epistemológicos relacionados con las especificidades de su objeto de estudio y su carácter inter y transdisciplinario. De ahí que sea pertinente preguntarnos si la comunicación es un objeto de conocimiento filosófico, así como si la filosofía ofrece una mirada específica sobre los fenómenos comunicativos. Las llamadas Ciencias de la Comunicación se han conformado a lo largo de la historia con aportes sobre todo provenientes de las Ciencias Sociales (la sociología funcionalista, la sociología cultural y la sociología crítica son prueba de ello). El pensamiento filosófico se encuentra poco representado en el campo de la comunicación, y quizás sean las lecturas socio-fenomenológicas y

lingüísticas las que mayor atención han recibido. Sin embargo, como se podrá observar, los aportes de la ontología y el existencialismo son básicos para poder ofrecer una lectura filosófica de la comunicación.

INTRODUCCIÓN

La relación entre filosofía y comunicación ha sido bastante explorada desde el pensamiento filosófico contemporáneo, y no tanto así desde las Ciencias de la Comunicación, que en el mejor de los casos han reflexionado teóricamente sobre su propia especificidad como campo de conocimiento y han debatido asuntos teóricos y epistemológicos relacionados con la construcción del saber comunicativo y sobre la naturaleza inter y transdisciplinar de su objeto de estudio. En este contexto, no son muchos los trabajos que se han preocupado por los aportes de la Filosofía al concepto de comunicación, y ello se explica, en parte, por el escaso interés de la reflexión teórica en torno a la comunicación como objeto de estudio, en comparación con otros temas de interés del campo de la comunicación, más asociado con un saber práctico y aplicado.

En estas páginas se ofrecen algunas reflexiones generales en torno a las siguientes preguntas: ¿Es la comunicación un objeto de conocimiento filosófico? ¿Ofrece la Filosofía una mirada específica sobre los fenómenos comunicativos? ¿Cómo dialogan las miradas filosófica y comunicativa? ¿Tienen algo en común? ¿Qué las hace distantes? Para ello, se presenta un mapa general en torno a las relaciones entre estos dos campos de estudio, la Filosofía y la Comunicación, y se pone énfasis en las aportaciones de la filosofía a la conceptualización de la comunicación.

Someter a diálogo dos campos de conocimiento con historias tan dispares es ciertamente arriesgado. La Filosofía tiene más de 2000 años de historia; la Comunicación escasamente un centenar. La Filosofía traspasa las fronteras de su propio campo y se sitúa como un ámbito que va más allá de lo académico y lo científico; su racionalidad es distinta a la de las ciencias sociales, puesto que su conocimiento es ontológico y no busca respuestas prácticas. La Comunicación a penas se está institucionalizando como campo académico. La Filosofía es reconocida y legitimada como "el arte de pensar". La Comunicación es reconocida como un campo de conocimiento cuyo objeto de estudio es compartido por otras disciplinas o campos de conocimiento, sobre todo vinculados a las ciencias sociales. La Filosofía se asocia comúnmente con las Humanidades, aunque trasciende cualquier intento de ubicación en áreas específicas del saber humano. La Comunicación se asocia con un saber-hacer empírico y aplicado, mientras que "la filosofía se presenta como un conocimiento trascendental de la realidad, ya que permite trascender el plano objetivo del ente y, así, comprender el ser y su

proyección" (Ure, 2010: 32).

1. ALGUNAS PINCELADAS SOBRE HISTORIA DE LA FILOSOFÍA

Plantear la historia de la filosofía es una empresa inabarcable. Son muchas y muy diversas las versiones que existen de ella, muchas y muy diversas las propuestas de organización del pensamiento filosófico en etapas, genealogías, mapas, autores, propuestas, etc. A continuación se presenta únicamente un apunte general en torno a qué es la filosofía y cómo se ha desarrollado el pensamiento filosófico a lo largo de su extensísima historia.

El término filosofía viene del griego, de la unión de "filos" (amor) y "sofia" (sabiduría). De ahí que en términos muy genéricos, la filosofía pueda definirse como el amor a la sabiduría. Sin tomar en cuenta el denominado pensamiento pre-filosófico (situado en China, India y Roma, entre otros lugares), se considera que son los griegos los que por primera vez empezaron a formularse de manera profunda preguntas sobre su entorno. La filosofía, desde entonces, se hace preguntas últimas sobre el hombre y el mundo. Preguntas que, al no tener fines pragmáticos (como sí los tienen la mayoría de las ciencias), se convierten en un fin en sí mismas. Como amor a la sabiduría, la filosofía es una ciencia inconclusa, una ciencia que no cesa, que no puede llegar a verdades absolutas pues está en constante movimiento y cambio. Como ciencia que aspira a la totalidad, la filosofía se pregunta por la existencia, por el conocimiento, por la verdad, por la moral, por la belleza, por la mente, por el lenguaje. Se distingue de la religión y del misticismo por poner al centro los argumentos provenientes de la razón, y se distancia también de las ciencias experimentales porque no investiga de manera empírica ni con fines prácticos, sino con base en métodos a priori como la especulación, la interpretación y el análisis conceptual: "la filosofía no es un saber construido sobre el método empírico ni un saber práctico orientado a mejorar estándares profesionales. Se trata de un saber teórico, que por cierto repercute en el modo de vida, pero que se propone específicamente comprender el sentido" (Ure, 2010: 31).

Aunque son muchas las clasificaciones que se han planteado sobre las distintas ramas de la filosofía, una de las que goza de mayor legitimidad es la que divide a la filosofía en:

- Metafísica: estudio de la naturaleza, estructura y principios fundamentales de la realidad en general.
- Gnoseología: estudio del origen, la naturaleza y los límites del conocimiento humano.
- Lógica: estudio de los principios de la inferencia válida.
- Ética: estudio de la moral, la virtud, el deber y la felicidad, entre otros temas.
- Estética: estudio de la belleza.

De estas ramas se desprenden las áreas específicas del conocimiento filosófico, centradas en aspectos concretos como la lógica, el lenguaje y la mente, por citar algunos (1).

Un punto aparte merece la ontología, un área particularmente interesante para comprender los aportes de la filosofía a la comunicación, porque plantear el estudio de la comunicación en el nivel filosófico lleva a enfrentarse a cuestiones clásicas y centrales para la ontología, tales como la relación esencia-existencia y sustancia-accidente.

Aunque es prácticamente imposible abarcar la historia de la filosofía, suele considerarse que el pensamiento filosófico ha transitado por las siguientes etapas: la filosofía antigua (con Grecia al centro), la filosofía medieval (desde la caída del imperio romano y hasta el Renacimiento), la filosofía renacentista (que se desarrolló entre los siglos XV y XVI), la filosofía moderna (que abarca los siglos XVII y XVIII), la filosofía del siglo XIX (cuyas corrientes principales fueron el idealismo, el existencialismo, la filosofía analítica y la fenomenología, entre otras) y la filosofía contemporánea o del siglo XX (con la continuación de la fenomenología, el estructuralismo y el postestructuralismo al centro).

Como se verá posteriormente, es en las filosofías del siglo XIX y las contemporáneas o del siglo XX donde se desarrollan propuestas en torno a la comunicación y temas afines, con reflexiones sobre el ser y el lenguaje al centro.

(1) Apuntes generales introductorios sobre la esencia de la Filosofía, así como sobre sus principales ramas o tendencias, pueden revisarse [en línea](#). También se sugiere la lectura del texto "¿Qué es la filosofía?", de Gilles Deleuze y Félix Guattari, disponible [en línea](#)

2. BREVE REPASO DE LA HISTORIA DEL PENSAMIENTO COMUNICACIONAL

Aunque el campo de la comunicación tiene a penas cien años como espacio académico institucionalizado, no es sencillo sintetizar su historia. Por ello, más que presentar una historia del pensamiento comunicacional (que en sentido estricto inició mucho antes de la existencia de la comunicación como espacio académico institucional), a continuación se presentan algunas propuestas de formas de organización del pensamiento comunicacional.

La denominación plural "ciencias de la comunicación" pone en evidencia el carácter interdisciplinario de este campo de conocimiento, su construcción con base en objetos que pueden mirados por muchas disciplinas. Y entonces, la Ciencia de la Comunicación, ¿no estudia, aborda y comprende el mundo desde un enfoque particular?, ¿no tiene un espacio conceptual que lo distingue de otros campos científicos y a partir del cual genera conocimiento?, ¿es sólo un campo de estudio de los fenómenos comunicativos?, ¿o es sólo un objeto de estudio que se puede abordar desde varios enfoques? La falta de definición teórica de la ciencia de la comunicación ya se ha puesto en evidencia en varias ocasiones, y desde hace varias décadas. Por ejemplo, según [John D. Peters](#) (1986: 528), "la comunicación ha llegado a ser definida no conceptual sino administrativamente. Cada departamento, escuela o universidad recrea el área según su propia imagen. La teoría fracasa como principio de definición, como fracasa también el intento de determinar la comunicación como un objeto distinto".

Esta idea se inserta en el debate acerca de la autonomía y entidad disciplinaria de la comunicación, que tiene su origen en los años sesenta, en las reflexiones de autores como [Wilbur Schramm](#), entre otros. Según Schramm (1975) (2) “la comunicación no es una disciplina académica, en el sentido en que se designa a la física o a la economía, sino más bien una disciplina de encrucijada en la que son muchos los que pasan, pero pocos los que se quedan”.

La falta de consistencia teórica de la ciencia de la comunicación es producto, entre otras causas, de la dispersión que existe en torno a qué se entiende por comunicación. El significado etimológico del término es bien conocido: comunicación proviene del latín *comunicare*, poner en común”. Papalini (2002), con base en la taxonomía de Gallino (1995), propone los siguientes modos de concebir a la comunicación:

- a) Como simple transmisión de un estado o propiedad, que puede referirse a objetos inanimados;
- b) Como un comportamiento de un ser viviente que influye sobre otro; c) como intercambio de valores sociales;
- c) Como transmisión de información;
- d) Como el acto de compartir significados socialmente intercambiados;
- e) Como formación de una unidad social que comparte valores, un determinado modo de vida y un conjunto de reglas.

Una revisión de la historia del pensamiento en comunicación pone de manifiesto el carácter fundamentalmente socio-céntrico de esta disciplina, puesto que desde sus inicios ha sido la sociología la que ha jugado un papel primordial en el abordaje de los fenómenos comunicativos. Ya la [Escuela de Chicago](#), durante la primera mitad del siglo XX, desarrollaba una teoría social en la que subrayaba el papel de la comunicación en la vida social. Sin embargo, ninguno de los considerados como padres fundadores del pensamiento sobre comunicación formó parte de esta escuela: [Paul Lazarsfeld](#) (1944), matemático-sociólogo, creador del The Bureau of Applied Research de la Universidad de Columbia, y principal exponente de la investigación sobre audiencias y efectos de los medios; [Kurt Lewin](#) (1958), psicólogo social, estudioso de los problemas de la comunicación de grupo; [Carl Hovland](#) (1958), psicólogo experimental, especialista en la formación de actitudes; y, por último, [Harold Lasswell](#) (1948), politólogo, dedicado al estudio de la propaganda y su relación con la creación de actitudes colectivas.

La revisión de algunas propuestas de organización del pensamiento sobre la comunicación puede ayudar a comprender cómo ha sido organizado el campo académico de la comunicación en cuanto a sus propuestas teóricas.

Judith Lazar (1996) apunta directamente a la consideración de las fuentes teóricas que han contribuido a la creación de la ciencia de la comunicación. Según la autora, estas fuentes son las siguientes: cibernética, antropología, psicología, semiología y estructuralismo. Otra propuesta es la de Bernard Miège (1996), quien considera a la cibernética, el funcionalismo, el estructuralismo lingüístico, la sociología de la cultura y la psicología como corrientes fundadoras del pensamiento comunicacional. Por su parte, para [Armand Mattelart](#) (1997) la sociología funcionalista está en el origen de la teoría de la comunicación, sobre todo a partir de los trabajos de la Mass Communication Research; el autor también destaca la importancia de la teoría matemática de la información de [Shannon y Weaver](#) (1948), la economía política, la teoría crítica, el estructuralismo lingüístico, los estudios culturales y la sociologías interpretativas e intersubjetivas. Por último, [Robert T. Craig](#) (1999) señala que la comunicación ha sido construida con base en, al menos, siete tradiciones teóricas, a saber: la retórica, la semiótica, la fenomenológica, la cibernética, la socio-psicológica, la sociocultural y la crítica (3).

En las propuestas de organización del pensamiento sobre la comunicación planteadas en el párrafo anterior aparece una primera hipótesis: el pensamiento filosófico en el campo de la comunicación se reduce casi exclusivamente a la presencia de abordajes cercanos a la [fenomenología](#) y la hermenéutica.

(2) Citado en Lazar (1996, p. 5)

(3) El autor, pocos años más tarde, añadió la Pragmática a este listado de tradiciones teóricas básicas para la reconstrucción del pensamiento comunicacional. De estas tradiciones, vale la pena recuperar aquí la retórica y la fenomenológica. Para la retórica, la comunicación es el arte práctico del discurso, mientras que para la fenomenología, la comunicación es la experiencia del uno y del otro, o de los otros, por medio del diálogo.

3. LA COMUNICACIÓN COMO OBJETO DEL PENSAMIENTO FILOSÓFICO

La separación entre ciencias y humanidades permea la historia del pensamiento, al menos en Occidente. En esta separación, la comunicación parece estar en la encrucijada. Sin embargo, aunque suele ser ubicada más del lado de la ciencia (sobre todo de las ciencias sociales), la comunicación bebe también de los aportes de los estudios humanísticos en su más extenso sentido.

Por ello, es pertinente ofrecer un panorama en torno a lo que la Filosofía ha planteado sobre la comunicación como objeto de pensamiento. Para ello, en un primer momento se recuperan algunas ideas de un [artículo de Jesús Galindo \(2008\)](#) en el que el autor revisa la presencia de la voz “comunicación” en varios diccionarios especializados de filosofía, con el fin de ofrecer algunas respuestas posibles a la pregunta en torno a si existe pensamiento sobre la comunicación rescatable en la historia del pensamiento filosófico. Posteriormente se plantean algunas reflexiones en torno al diálogo entre la Filosofía y la Comunicación, para concluir con la presentación de algunas rutas de reflexión para pensar la comunicación desde una óptica filosófica.

La mayoría de libros sobre historia de la filosofía no le dan un lugar relevante a la reflexión sobre la comunicación hasta bien entrado el siglo XX. Y aún en el siglo XXI hay obras sobre historia del pensamiento filosófico donde la comunicación no aparece como asunto central sobre el que valga la pena hablar (Galindo, 2008). Como se dijo anteriormente, el autor revisa la presencia del concepto de comunicación en algunos diccionarios básicos de filosofía.

El primer diccionario referido es el de [Ferrater Mora](#) (1984), en el que la comunicación aparece en el apartado dedicado a la filosofía del lenguaje, la lingüística y la semiótica. Ferrater Mora aborda los que considera los principales aspectos de la comunicación: el lingüístico y el existencial: “El sentido lingüístico de la comunicación no puede reducirse al sentido existencial y viceversa (...) los lingüistas sostienen que toda comunicación es, en el fondo, transmisión de información y, por consiguiente, transferencia de símbolos, de modo que la llamada

comunicación existencial tiene que ser asimismo simbólica. Los existencialistas, por otra parte, mantienen que toda comunicación lingüística y simbólica se da dentro de un contexto existencial, dentro de una actitud, de una situación, de un horizonte, etc.” (Ferrater Mora, 1984) (4). Sobre el aspecto lingüístico de la comunicación, el filósofo profundiza en torno a la comunicación lingüística como sinónimo de la transmisión de información, que tiene, cuando menos, dos formas fundamentales: la semántica y la pragmática. Afirma que la mayoría de filósofos que se preocuparon por la comunicación desde este punto de vista lingüístico se interesaron especialmente por nociones como signo, denotatum de un signo e intérprete del signo. Otros filósofos se interesaron por la naturaleza del discurso y por los posibles tipos de discurso. En lo que se refiere a la visión existencialista de la comunicación, Ferrater Mora toma en cuenta las aportaciones de [Karl Jaspers](#). Según Jaspers, la comunicación existencial se halla en el límite de la comunicación empírica, que se manifiesta en diferentes grados: como conciencia individual coincidente con la conciencia de pertenencia a una comunidad, como oposición de un yo a otro; y como aspiración a una trascendencia objetiva. Así, la comunicación existencial única e irrepetible, tiene lugar entre seres que son sí mismos y no representan a otros. Sólo en tal comunicación, el sí mismo existe para el otro sí mismo en el mundo. Ser sí mismo, por lo tanto, no es ser aisladamente, sino serlo con otros sí mismos en libertad.

Otros autores importantes para dar cuenta de las aproximaciones existenciales a la comunicación son [Jean Paul Sartre](#) y [Martin Buber](#). El primero abordó la comunicación en sus análisis del lenguaje; para Sartre, el lenguaje no es un fenómeno sobrepuesto al ser-para-otro: es originalmente el ser para otro, es decir, el hecho de que una subjetividad se experimente a sí misma como objeto para otros. Por su parte, Buber distinguió entre comunicación, comunión y participación: la primera es simbólica, y por lo tanto es propia de la vida social; la comunión es intrapersonal e implica la reciprocidad en la relación yo-tú; y la tercera es una penetración en la realidad primaria.

El segundo diccionario que retoma Jesús Galindo en su trabajo es el de [Nicola Abbagnano](#) (1966). En esta obra se incluye un apartado sobre la comunicación, fenómeno que aparece como indisoluble de las relaciones humanas. Afirma el autor que los filósofos y los sociólogos usan el concepto de comunicación para referirse a las relaciones humanas como relaciones de participación recíproca o de comprensión. Por lo tanto, la comunicación puede ser concebida como sinónimo de co-existencia o de vida con los otros e indica el conjunto de modos en los que queda a salvo una cierta posibilidad de participación o de comprensión. Así, el filósofo rescata una definición de comunicación que no reduce el fenómeno al simple contacto físico o un encuentro entre fuerzas. Para Abbagnano, la importancia de la comunicación en la filosofía contemporánea se debe a tres factores:

- 1) El abandono de la noción romántica de conciencia infinita de sí, en la cual el uso de nociones como espíritu absoluto o súper alma, que implican la identidad de todos los hombres, inutiliza el concepto mismo de comunicación interhumana;
- 2) El reconocimiento de que las relaciones interhumanas implican la alteridad entre los hombres mismos y sus relaciones posibles;
- 3) El reconocimiento de que tales relaciones no se agrupan en un segundo momento a la realidad ya constituida entre las personas, sino que la constituyen como tal.

Por lo anterior, el concepto de comunicación, afirma Abbagnano, tiene presencia en diversas filosofías, de las cuales se recuperan las de [Heiddeger](#), [Jaspers](#) y [Dewey](#), tres autores cercanos al existencialismo, que comprendieron y conceptualizaron la comunicación como capacidad de relación inherentemente humana. Para Heiddeger, el concepto de comunicación debe ser entendido en un amplio sentido ontológico, es decir, como una comunicación existencial. En esta comunicación, los sujetos se construyen unos con otros, y por tanto, la comunicación es, en esencia, el co-encontrarse y el co-comprender (Heiddeger, 1962). Por su parte, Jaspers (1958) parte de una crítica de las visiones que sobre la comunicación han propuesto ciencias empíricas como la psicología, la sociología o la antropología. Según Jaspers, éstas se limitan a considerar las relaciones humanas y no las posibles. Y para Jaspers la comunicación alude, precisamente, a la posibilidad de las relaciones. Por último, Dewey (1948) comparte con Heiddeger y Jaspers que la comunicación constituye la realidad humana; la considera como una forma especial de la acción recíproca de la naturaleza y cree, por lo tanto, que puede o debe ser estudiada a través de la investigación empírica.

El último diccionario revisado por Galindo (2008) es el de [Miguel A. Quintanilla](#) (1985). Este diccionario dedica varias páginas a la voz “comunicación”. En ellas se parte de una primera y fundamental diferencia entre la teoría de la información, en la que la comunicación queda reducida a la funcionalidad cuantificable, y la teoría filosófica de la comunicación, donde ésta aparece como algo irreductible por cuanto condicionante de la interacción humana. Afirma el autor que en la Filosofía se sustituye el término general comunicación por su equivalente filosófico, el discurso: si el hombre se halla siempre en intercomunicación, es en el discurso donde la comunicación del hombre se convierte en comunicación humana propiamente tal. Quintanilla considera que el proceso de comunicación se constituye en la relación entre un emisor y un receptor sobre la base de una transmisión de información. Comunicar es comunicar información, lo que convierte a todo proceso comunicacional en un proceso selectivo. El emisor ha de elegir unas señales o signos para transmitir su información, y a su vez el receptor ha de seleccionar la información en una respuesta efectiva correspondiente. Este proceso comunicativo se verifica o logra su mediación sobre el baremo de un vehículo o médium lingüístico. La mediación lingüística se convierte entonces en la condición de la comunicación, la cual reaparece ahora como un procedimiento correlacional de codificación lingüística (encoding) por parte del emisor y de decodificación lingüística (decoding) por parte del receptor. Pero, a decir de Quintanilla, más importante para la Filosofía es afirmar que toda comunicación logra su verificación en el descifrado. Descifrar es interpretar, y por lo tanto el proceso de comunicación es un proceso intersubjetivo de interpretación. El código es la mediación objetiva-subjetiva de la comunicación y ello permite formular una teoría crítica del sentido: éste no emerge en cuanto sentido humano (antropológico) en la mera inmediatez irrelata de estímulo-respuesta, sino en su mediación interpretativa.

A partir de la revisión del tratamiento de la comunicación en los tres diccionarios especializados en Filosofía, Jesús Galindo (2008) plantea interesantes consideraciones para poner en diálogo los dos campos de conocimiento. El punto de partida básico es que existe una distancia notable entre el sentido de la comunicación en la filosofía del siglo XX y el pensamiento filosófico antecedente. Las conclusiones a las que llega Jesús Galindo (2008: 34-35) son, de forma sintética, las siguientes:

- 1) La relación entre comunicación y filosofía debe analizarse en el pensamiento filosófico del siglo XX;
- 2) La fenomenología existencialista es la corriente que más ha aportado a una lectura filosófica de la comunicación;
- 3) En su relación con la comunicación, el lenguaje es el gran tema de la filosofía del siglo XX: “El enfoque del lenguaje tiene una doble configuración, por una parte va haciendo relativo lo que antes aparecía como contundente, el proyecto de racionalidad moderna se mueve hacia el relativismo de la variación, las condiciones de configuración diversa, y los usos del lenguaje. Quizás este fenómeno se observa con mayor claridad en la centralidad de la hermenéutica como interés generalizado en el mundo filosófico y más allá, a lo largo del siglo” (Galindo, 2008: 36-37).

3.1. LECTURAS ONTOLÓGICAS Y ÉTICAS SOBRE LA COMUNICACIÓN

La mirada filosófica de la comunicación debe ser una mirada que ponga el acento en lo **ontológico**, en el ser, en la esencia dialógica de lo humano. Como afirma Ure (2010: 17), "si bien la filosofía no fue del todo ajena a la problemática de la comunicación, no hay figuras que la hayan tratado de manera articulada y satisfactoria. El existencialismo y la hermenéutica son las corrientes que más se interesaron por la cuestión, intentando destacar el plano ontológico del diálogo".

Mariano Ure (2010) plantea que existen dos formas de ver filosóficamente a la comunicación: la sociolingüística, también denominada derivada o expresiva; y la ontológica, también conocida como originaria o existencial. En ambos casos, pero de forma mucho más clara desde la perspectiva ontológica, la concepción filosófica de la comunicación trasciende el mero intercambio de significados, para instalarse en una dimensión en la que las personas comprometen su propia existencia. En este sentido, puede decirse que la dimensión ontológica de la comunicación concibe a ésta como el medio para vencer el solipsismo y orientarse en el mundo. El horizonte de la comunicación, desde este punto de vista, debe ser lo que Ure (2010) denomina la comunicación buena, esto es, el ser-con-otros en el mundo, propio y constitutivo del hombre.

La **ontología** se ocupa del ser. Y la comunicación sin duda alguna está sujeta al modo de ser. Como ontología aplicada (o regional, a decir de Ure), esta ontología de la comunicación se interesa "por revertir el olvido del ser en la práctica comunicativa (...) cuestionarse por el ser en la comunicación es intentar dilucidar qué papel juega el intercambio lingüístico en la donación del ser y cómo se da o se sustrae el ser en él (...) esto implica indagar si la comunicación cumple el sentido del ser, que quiere entregarse, y si la comunicación, en su realización pragmático-lingüística, cumple su sentido en la orientación hacia el ser (Ure, 2010: 39).

Junto a los aportes de la ontología, la filosofía se interesó por la comunicación a partir de lo que se conoce como **filosofía del lenguaje**, corriente que puso el lenguaje en el centro de las investigaciones filosóficas para determinar cómo es posible el pensamiento y de qué manera es expresable la experiencia. Las preguntas centrales de la filosofía del lenguaje son las siguientes: ¿Qué es un significado? ¿De qué manera el lenguaje significa el mundo externo? En esta corriente filosófica existen al menos dos tradiciones, que a menudo presentan reflexiones contrarias. Por un lado, está la tradición analítica, que se interesa por las reglas de juego para el uso del lenguaje y los mecanismos de fijación de los significados; por otro lado, está la tradición de corte existencialista, que por su interés en la exploración de las distintas posibilidades de ser-en-el-mundo tiene sin duda relación con las aproximaciones ontológicas que se anticiparon párrafos arriba. Interesa, entonces, poner énfasis en esta filosofía del lenguaje de corte ontológico, que concibe al lenguaje como mediador entre el hombre, el intérprete y la realidad. Para **Paul Ricoeur** (1978), por ejemplo, el lenguaje está abierto al ser en tanto es capaz de indicarlo y comunicarlo a otros. El milagro de la comunicación es factible gracias a que lo comunicado es justamente lo noético, es decir, el ser intencional, descartando así lo psíquico en cuanto tal, es decir, el acto mismo por el cual un sujeto particular hace experiencia.

En el marco de ciencias de la comunicación y la filosofía del lenguaje, la investigación sobre los procesos comunicativos generalmente se reduce al plano lógico-gramatical y, en última instancia, al pragmático: "Hay comunicación, por ende, en la medida en que un contenido conceptual explícito es transmitido de un emisor a un receptor y esto produce un efecto en su conducta (...) sólo es comunicable lo que es codificable, es decir, pensable a través del lenguaje" (Ure, 2010: 35). Pero hay que ir más allá, afirma el autor, y concebir como verdadera comunicación únicamente a "aquella en la que los interlocutores se apropian del sentido del ser y de la coexistencia, y no meramente de un contenido inteligible" (Ure, 2010: 36).

El abordaje ontológico de la comunicación debe distinguirse de las aportaciones de los modelos matemático (5), semiótico, pragmático, sociológico y psicológico (6), de gran tradición en el pensamiento comunicacional. Sin embargo, la necesidad de establecer esta distinción no debe impedir el diálogo entre los diversos abordajes que sobre la comunicación han trazado los distintos campos de conocimiento que se han aproximado al fenómeno (7).

La perspectiva ontológica define al diálogo o comunicación existencial como la dimensión de intercambio (entre humanos) que supera lo signico, el interés pragmático y la mera transmisión de experiencias de mundo, para culminar en la maduración ontológica de la persona. En esta definición la relación es central: mi ser yo mismo depende del vínculo con el otro. Como afirma Pareyson (2002: 177), "esencial a la persona y constitutiva de ella es la sociabilidad, es decir la apertura a los otros, no la socialidad, es decir la efectiva relación con los otros". A decir de Ure (2010: 85), "el hombre se realiza por y en la comunicación. Una vez establecido el diálogo originario, posibilitado por el derivado –la conversación–, los hablantes ya no son los mismos. Allí adquieren un plus ontológico. A partir de ese encuentro son más, lo cual, expresado desde la perspectiva ontoética, implica ser mejores".

Pero, ¿cómo se da la comunicación? ¿Qué condiciones la hacen posible? En este punto, la respuesta de la ontología es muy clara y directa: la realidad verifica la posibilidad. "Si se produce un intercambio lingüístico y esto repercute en el comportamiento social del individuo, es porque el acercamiento entre los interlocutores era posible. Y, ¿por qué era posible? Porque ambos comparten un espacio común" (Ure, 2010: 43). Por tanto, la comunicación es posible por la similar colocación ontológica de las personas. El mismo autor señala que "comunicar implica un tránsito, un fluir de uno hacia otro –o de uno hacia muchos e inversamente de muchos hacia uno–, por lo que su entidad consiste en el acto de unir. La comunicación, de hecho, es una circulación: de significados, por un lado, y del ser bajo ciertas condiciones con esos significados, por otro" (Ure, 2010: 43).

La principal condición subjetiva que hace posible la existencia de la comunicación es el ejercicio de la alteridad, lo cual implica superar el solo reconocimiento cognoscitivo del otro e implica ir mucho más allá: implica abrirse al otro, transgredir el propio yo que sale del sí mismo en su involucramiento con el otro. Por lo tanto, para que exista comunicación debe haber apertura ontológica de la persona y ejercicio de la alteridad. Ello tiene que ver con la aproximación existencialista y ontológica propuesta por Martin Buber, para quien la comunicación no es sólo el proceso de emisión y recepción de significados, sino que también, y más importante, es "el proceso de intercambio de dones personales en el que los interlocutores desnudan su interioridad, lo que excede el plano de la significación" (Buber, 1998: 34) (8).

Como queda claro hasta el momento, la concepción existencial u ontológica de la comunicación se centra en su dimensión originaria. En toda relación de comunicación se produce un encuentro intersubjetivo en el que la interioridad de los participantes es entregada al resto.

Allí hay verdadera transmisión, pero a diferencia de lo que proponen las aproximaciones informacionales-lingüísticas y pragmáticas-relacionales, lo transmitido es el ser, por más que para ello sea necesario el soporte del “hacer” y del “decir”. Así, la comunicación existencial es la circulación del ser, pues “el ser no puede ser más que siendo-los-unos-con-los-otros, circulando en el con y como con de esta co-existencia singularmente plural” (Nancy, 1996: 19).

El otro aspecto básico de este modelo es la Interdonación, tal y como la entiende Buber: el encuentro intersubjetivo en el que hablante y oyente (yo y tú) desnudan su interioridad y entregan los tesoros más profundos de su ser. Buber habla de la “presentificación personal” para indicar el ejercicio de la alteridad por el cual se reconoce al otro en calidad de tú, en cuanto persona digna e irrepetible que goza del derecho básico a ser sí misma y a expresarse libremente. Así entonces, lo intercambiado es el ser con el don de uno mismo. O dicho de otra forma, la comunicación se desarrolla entre el yo y el tú, pero lo que circula es el ser. Mientras que “el éxito del nivel lingüístico se mide de acuerdo con el entendimiento, y el del pragmático según la eficacia, en el onto-relacional cuenta la adquisición de un plus ontológico” (Ure, 2010: 57).

Siguiendo a Nancy, Ure afirma que el plus ontológico adviene cuando el yo descubre y realiza el sentido de la existencia, que no es otro que cumplir el sentido del ser en el nosotros. Dialogar es, así, promocionar al otro. “Para que haya circulación del ser, el otro tiene que ser un tú para mí y yo un tú para el otro. La interdonación no se cumple allí donde hay asimetría” (Ure, 2010: 58).

Las aproximaciones ontológicas a la comunicación tienen antecedentes, en cierta medida, en las [aproximaciones fenomenológicas de autores como Alfred Schütz](#). El autor, en su célebre artículo “Making music together” (1996) ya afirmaba que la comunicación excede lo lingüístico: comunicar es el acto por el cual el yo transfiere una vivencia, que da lugar a la apropiación de esa experiencia por el tú en su tiempo interno. Sin embargo, Schütz (9) no puso de manifiesto que el puro intercambio puede darse de forma fría e interpersonal, y en la interdonación, desde la óptica de la ontología, ese intercambio debe ir acompañado del interés en el otro. La interdonación, por tanto, no puede realizarse sin la decisión de reconocer al otro, o dicho de otra forma, la condición subjetiva fundamental de la interdonación es el reconocimiento del otro, mismo que se concreta gracias a la atención, el respeto y el interés.

En los párrafos anteriores se anticipan algunas ideas que dan cuenta de la relación entre la ontología y la ética. Para la ética, como para la ontología, la comunicación buena es la comunicación verdadera. Puesto que el hombre se realiza por y en la comunicación, ésta cumple su sentido en la promoción del otro. Su tarea consiste en emancipar: la emancipación a la que aspira la comunicación buena es la que corresponde a la libertad positiva, a la libertad para y no a la libertad de (Ure, 2010).

La pregunta [ética](#) adquiere peso porque “comunicar es siempre un riesgo” (Fabris, 2004: 13). Este riesgo viene dado por el desconocimiento que se tiene sobre el rumbo que tomará cualquier situación comunicativa. Es decir, se puede saber con claridad cuándo inicia el acto comunicativo, cuándo dos sujetos entran en contacto, pero no se puede tener total previsión de cuándo terminará el acto o qué dirección tomará éste. En este entorno de desconocimiento o de falta de claridad, “lo dicho puede ser malinterpretado y, entonces, generar una distancia aun mayor entre los hablantes. Pero también puede esconder una voluntad manipuladora. Con una u otra intención, los resultados de la conversación son impredecibles y, por ende, también su cualidad moral” (Ure, 2010: 125).

Por lo tanto, en este ámbito, la ética “se interesa por la comunicación acontecida, para apreciar si fue buena o mala, y a partir de allí proyectar las futuras situaciones de habla” (Ure, 2010: 126). El autor continúa con la siguiente afirmación: “Buena será la comunicación siempre y cuando cumpla su sentido, la función de instrumento para el encuentro en el que tanto el yo como el tú adquieren un plus ontológico (...) buena será la comunicación si corresponde a su naturaleza –forjadora de vínculos y no desmanteladora-, a su necesidad –orientada a la intensificación de la relación con el ser- y a sus condiciones –reconocimiento del otro en cuanto otro-. (Ure, 2010: 127-128).

Para analizar si un acto comunicativo específico es bueno o malo, y si alcanza el grado de lo moral o se circunscribe a lo conveniente, hay que tener en cuenta el contenido, la forma y la intención, es decir, lo que se dice, cómo se dice y con qué propósito se dice. Por tanto, las reglas éticas de la comunicación son herramientas útiles para la obtención de consensos. En la propuesta de una ética de la comunicación de [Jürgen Habermas](#), la práctica discursiva tiene que seguir cuatro principios:

- 1) Nadie que pueda hacer una contribución relevante puede ser excluido de la participación;
- 2) A todos se les dan las mismas oportunidades de hacer sus aportaciones;
- 3) Los participantes tienen que decir lo que opinan;
- 4) La comunicación tiene que estar libre de coacciones tanto internas como externas, de modo que las tomas de posición con un sí o con un no ante las pretensiones de validez susceptibles de crítica únicamente sean motivadas por la fuerza de convicción de los mejores argumentos (Habermas, 1999: 76) (10) .

Sólo así, desde las condiciones subjetivas enunciadas anteriormente y sobre la base de la libertad, “la comunicación deja de ser una herramienta de poder para transformarse en una herramienta de servicio cuando responde a un genuino interés por el otro” (Ure, 2010: 265).

Para la perspectiva ontológica, siguiendo a Buber (1998), la humanización del mundo no está sujeta a cualquier acto de comunicación, sino al diálogo que conduce al involucramiento, en el cual los interlocutores asumen la respuesta como responsabilidad por el otro. La ontoética, por lo tanto, apunta a que el sentido de la comunicación trasciende los bienes sociales obtenibles gracias a los intercambios informacionales con fines pragmáticos para instalarse en la verdad. Desde un punto de vista ético, por tanto, la comunicación es la herramienta clave en la búsqueda de la verdad.

En conclusión, la coexistencia, el ser-con-otros, es un encuentro ontológicamente enriquecedor que ayuda a la persona a vencer su soledad y a satisfacer sus deseos de relación, algo que ya fue enunciado por Buber (1998) y Jaspers (1958), entre otros autores. En la comunicación se intercambian tanto bienes sociales como bienes ontológicos: los primeros pueden ir orientados al entendimiento, tal y como apuntaría el nivel lingüístico-informacional de la comunicación; y los segundos tendrían que ver con la personalización, atendiendo a la propuesta ampliamente comentada de la comunicación existencial u ontológica, que pone el acento en la presencia del ser en la comunicación.

(5) También denominado modelo lingüístico-informacional, se circunscribe a la teoría matemática de la información propuesta por Shannon y Weaver, quienes señalaron los elementos básicos de todo proceso comunicativo: fuente, transmisor, canal, receptor y destinatario. Posteriormente, Jackobson adaptó el modelo a la comunicación lingüística, añadiendo los elementos de código y contexto y las funciones del lenguaje asociadas a cada elemento del proceso comunicativo.

(6) Las tradiciones pragmáticas y socio-relacionales, con aportes de la sociología, la semiótica, la pragmática y la psicología al centro, beben de las propuestas de Morris (teoría de los signos, según la cual hay comunicación cuando se verifica una respuesta mediada por el signo) y se complementan con la teoría de los actos de habla de Austin, posteriormente ampliada por Searle, ambos interesados en las acciones implicadas en el uso del lenguaje. Desde la perspectiva socio-relacional, el lenguaje modifica la conducta del hablante e influye en las interacciones intersubjetivas y en la vida de las instituciones que componen la sociedad. La comunicación ya no está orientada al entendimiento, y su función se reduce a coordinar las acciones individuales o institucionales para atenuar el conflicto y fomentar la cooperación.

(7) Para una aproximación más amplia a los modelos de la comunicación, se sugiere la lectura de la Lección del Portal de la Comunicación titulada "Modelos de la Comunicación", de Miquel Rodrigo Alsina, disponible [en línea](#)

(8) La obra clásica de Martin Buber, Yo y tú, se encuentra disponible [en línea](#)

(9) Para mayor información sobre Alfred Schütz, ver <http://www.iep.utm.edu/schutz/>

(10) Para ampliar información sobre la teoría de la acción comunicativa, pueden consultarse, entre otros, los siguientes enlaces: [enlace 1](#), [enlace 2](#). El libro completo, Teoría de la Acción Comunicativa, puede consultarse [en línea](#)

4. CIERRE

La comunicación ha sido un asunto poco tratado por la filosofía, y las principales corrientes que la han abordado (el existencialismo, la filosofía del lenguaje y la ontología) se instalan en el siglo XX. Pese a ello, es posible conceptualizar la comunicación desde un punto de vista filosófico.

El campo académico de la comunicación ha tomado poco en cuenta los aportes de la filosofía para teorizar y para construir conocimiento. Son pocas las aproximaciones que, sobre todo desde la sociología fenomenológica (11), ponen el acento en la comunicación como encuentro intersubjetivo. Al respecto, merece la pena mencionar brevemente los trabajos del [Grupo hacia una Comunicología Posible](#), que trabajó de 2003 a 2009 con la intención de fundamentar teórica y epistemológicamente la ciencia de la comunicación. Las estrategias fueron varias: en un primer momento, se realizó una revisión bibliográfica de las obras consideradas fundamentales para el pensamiento en comunicación a lo largo de la historia (12); en un segundo momento se trabajó bajo una lógica de historiografía de la ciencia de la comunicación, de la cual surgió la propuesta de las nueve fuentes científicas históricas de la comunicología, cada una de ellas con sus propias genealogías de autores, temas, conceptos e ideas (13); la tercera y última fase de los trabajos del Grupo se centró en la construcción epistemológica de la Comunicología, derivada de las nueve fuentes detectadas en la fase inmediatamente anterior (14).

El trabajo realizado da cuenta de la poca presencia de la perspectiva filosófica en el campo de la comunicación. Afirmación que también se hace evidente en otros trabajos realizados por algunos miembros del grupo, tales como la revisión de manuales de teorías de la comunicación (15) o la propuesta de abordaje de las teorías de la comunicación desde una perspectiva semiótica que trasciende lo realizado desde el campo de la comunicación (16), por citar algunos.

Es necesario en este punto citar uno de los trabajos más recientes en el ámbito de las teorías de la comunicación, como es la obra de Miquel de Moragas [Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa](#) (Gedisa, 2011), donde el autor realiza una exhaustiva revisión de las principales teorías de la comunicación que permite confirmar que, más allá de los aportes críticos (Escuela de Frankfurt) e interpretativos (Escuela de Chicago, Interaccionismo Simbólico, Sociologías de la vida cotidiana), son casi inexistentes los abordajes filosóficos de los fenómenos comunicativos.

Por lo anterior, puede decirse que la relación entre la filosofía y la comunicación es un campo fértil que puede dar lugar a muchas reflexiones de interés para ambas disciplinas. La centralidad de la comunicación en las sociedades cotidianas, los cambios en el espacio y en el tiempo derivados de nuevas formas de comunicación, la comunicación como base de las sociedades democráticas, entre otros temas, dejan entrever que la comunicación debe seguirse pensando, y ello debe hacerse cada vez con formas de aproximación más complejas que permitan abordajes distintos a los socio-céntricos y a los asociados con el saber-hacer empírico que ha caracterizado al campo durante gran parte de su historia. La filosofía, sin duda, es una matriz de pensamiento que ofrece esta posibilidad.

(11) Al respecto, ver Rizo, Marta (2008) "La Sociología Fenomenológica como fuente científica histórica de una Comunicología posible", en Galindo, Jesús (Coord.) (2008) [Comunicación, ciencia e historia. Fuentes científicas históricas hacia una comunicología posible](#), Madrid, McGraw-Hill Interamericana, pp. 43-107.

(12) Producto de esta fase es la siguiente obra: Galindo, Jesús; Karam, Tanius y Rizo, Marta (2005) [Cien libros hacia una comunicología posible. Ensayos, reseñas y sistemas de información](#), Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México.

(13) Producto de esta fase se generaron las siguientes obras: 1) Galindo, Jesús (coord.) (2008) [Comunicación, ciencia e historia. Fuentes científicas históricas hacia una comunicología posible](#), McGraw Hill, Madrid. 2) Galindo, Jesús y Rizo, Marta (coords.) [Historia de la comunicología posible. Las fuentes de un pensamiento científico en construcción](#), Universidad Iberoamericana León-Puebla, León-Puebla (México). 3) Galindo, Jesús (coord.) (2010) [Sociología y comunicología. Historias y posibilidades](#), Universidad Católica de Salta, Salta (Argentina).

(14) La obra más reciente del grupo, producto de los trabajos de esta tercera fase, es la siguiente: Galindo, Jesús (coord.) (2011) [Comunicología posible. Hacia una ciencia de la comunicación](#), Universidad Intercontinental, México.

(15) Ver Rizo García, Marta (2005) "La Teoría en el campo académico de la comunicación. Análisis de manuales de teoría de la comunicación desde la propuesta de la Comunicología Posible", en Martell, Lenin; Rizo, Marta; Vega, Aimée (2005) [Políticas de comunicación social y desarrollo regional en América Latina](#), Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), México, pp. 185-223.

(16) Al respecto, ver Vidales González, Carlos (2010) [Semiótica y teoría de la comunicación \(Tomo I y Tomo II\)](#), Colegio de Estudios Científicos y Tecnológicos del Estado de Nuevo León, Monterrey (México).

BIBLIOGRAFÍA

- Abbagnano, Nicola (1966) Diccionario de filosofía, México: Fondo de Cultura Económica.
- Buber, M. (1998) Yo y Tú, Madrid: Caparrós.
- Craig, Robert T. (1999) "Communication Theory as a Field", en *Communication Theory*, 9 (2), Mayo, pp. 119-161. [enlace], Consultado el 02/10/2011.
- Dewey, J. (1948) La experiencia y la naturaleza, México: Fondo de Cultura Económica.
- Fabris, A. (2004) Etica della comunicazione interculturale, Pregassona (Suiza): Europress.
- Ferrater Mora, José (1984) Diccionario de filosofía, Madrid: Alianza.
- Gadamer, H. G. (1995) El giro hermenéutico, Madrid: Cátedra.
- Galindo, Jesús (coord.) (2008) Comunicación, ciencia e historia. Fuentes científicas históricas hacia una comunicología posible, Madrid: McGraw Hill Interamericana.
- Galindo, Jesús (2008) "Filosofía y Comunicología. Exploración general para un programa posible de estudios", en *Razón y Palabra*, Núm. 64, año 13. Tecnológico de Monterrey, [enlace], Consultado el 18/08/2011.
- Galindo, Jesús (coord.) (2010) Sociología y comunicología. Historias y posibilidades, Salta (Argentina): Universidad Católica de Salta.
- Galindo, Jesús (coord.) (2011) Comunicología posible. Hacia una ciencia de la comunicación, México: Universidad Intercontinental.
- Galindo, Jesús y Rizo, Marta (coords.) (2008) Historia de la comunicología posible. Las fuentes de un pensamiento científico en construcción, León-Puebla (México): Universidad Iberoamericana León-Puebla.
- Gallino, Luciano (1995) Diccionario de sociología, México: Siglo XXI.
- Habermas, J. (1999) La inclusión del otro: estudios de teoría política, Barcelona: Paidós.
- Hegel, G. (1985) Lecciones sobre la historia de la filosofía, México: Fondo de Cultura Económica.
- Heidegger, M. (1962) El ser y el tiempo, México: Fondo de Cultura Económica.
- Heidegger, M. (1999) Introducción a la filosofía, Madrid: Cátedra.
- Jaspers, K. (1958) Filosofía, Puerto Rico-Madrid: UPR-Revista de Occidente.
- Lazar, Judith (1996) La ciencia de la comunicación, México: Publicaciones Cruz.
- Mattelart, A. y Mattelart, M. (1997) Historia de las teorías de la comunicación, Barcelona: Paidós.
- Miège, Bernard (1996) El pensamiento comunicacional, México: Universidad Iberoamericana.
- Moragas, Miquel de (2011) Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa, Barcelona: Gedisa.
- Nancy, Jean-Luc (1996) Ser singular plural, Madrid: Arena Libros.
- Papalini, Vanina A., "La comunicación: espacio teórico para la ideología contemporánea y su crítica". Ponencia presentada en el VI Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, Santa Cruz de la Sierra (Bolivia), junio de 2002. Documento mimeografiado.
- Pareyson, L. (1998) Essere Libertá ambiguitá, Milán: Mursia.
- Pareyson, L. (2002) Esistenza e persona, Génova: Il Melangolo.
- Peters, John Durham (1986) "Institutional Sources of Intellectual Poverty in Communication Research", en *Communication Research*, 13, 4, pp. 527-559.
- Quintanilla, Miguel A. (dir.) (1985) Diccionario de filosofía contemporánea, Salamanca, Sígueme.
- Ricoeur, P. (1978) Filosofía a linguaggio, Milán: Guerini.
- Rizo García, Marta (2005) "La Teoría en el campo académico de la comunicación. Análisis de manuales de teoría de la comunicación desde la propuesta de la Comunicología Posible", en Martell, Lenin; Rizo, Marta; Vega, Aimée (2005) Políticas de comunicación social y desarrollo regional en América Latina, México: AMIC, pp. 185-223.
- Rizo, Marta (2008) "La Sociología Fenomenológica como fuente científica histórica de una Comunicología posible", en Galindo, Jesús (Coord.) (2008) Comunicación, ciencia e historia. Fuentes científicas históricas hacia una comunicología posible, Madrid: McGraw-Hill Interamericana, pp. 43-107.
- Schramm, Wilbur (comp.) (1975) La ciencia de la comunicación, Roble: México.

Schütz, A. (1996) "Making music together", en Schütz, A., Frammenti di fenomenologia della musica, Milán: Guerini.

Sfez, Lucien (1995) Crítica de la comunicación, Buenos Aires: Amorrortu.

Ure, Mariano (2010) Filosofía de la comunicación en tiempos digitales, Buenos Aires: Biblos.

Vidales Gonzáles, Carlos (2010) Semiótica y teoría de la comunicación (Tomos I y II), Monterrey (México): Colegio de Estudios Científicos y Tecnológicos del Estado de Nuevo León.

Original disponible en: http://portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?Ing=esp&id=73

PDF creado en: 30/03/2013 20:33:23

Portal de la Comunicación InCom-UAB: El portal de los estudios de comunicación, 2001-2013



Institut de la Comunicació (InCom-UAB)

Edificio N. Campus UAB. 08193 Cerdanyola del Vallès (Barcelona)

Tlf. (+34) 93.581.40.57 | Fax. (+34) 93.581.21.39 | portalcom@uab.cat