

APROXIMACIÓN AL PARALENGUAJE

Luisa Blanco

UNIVERSIDADE DE VIGO

Resumen: En este estudio se presenta, tras una introducción, una aproximación al paralinguaje; éste es uno de los pies que constituyen la estructura triple básica del discurso: lenguaje, paralinguaje y cinésica o lenguaje gestual. Estos tres aspectos que conforman la comunicación plena, adquiere una gran importancia en el mundo de la publicidad, en cuyo ámbito el lenguaje no verbal está representado por un 90% de lo que se dice.

Resumo: Neste estudo presentase, despois duna introdución, unha achega á paralinguaxe, este é un dos pes que constitúen a estrutura triple básica do discurso: linguaxe, paralinguaxe e cinésica ou linguaxe xestual. Estes tres aspectos que conforman a comunicación, adquiren unha grande importancia no mundo da publicidade, en cuxo ámbito a linguaxe non verbal está representada por un 90% do que se di.

Abstract: The present research pretends –after a introduction- a approach to the paralinguage; this is one of the feet that make the triple basical structure of the speech: language, paralinguage and cynesical o gesture language. These three sights that submit the all communication, adquirer a great importance in the world of the publicity in where the field of the no speaked language is represented by the 90%.

1. INTRODUCCIÓN

El tema que se aborda en este estudio es interesante porque se trata de un elemento importante de la Comunicación no Verbal, el cual a su vez desempeña un papel imprescindible en la Lengua de la Publicidad. Así las cosas, antes de entrar en la aproximación al objeto de estudio del trabajo, haré una breve introducción a la Publicidad y a la tipología de lengua que se emplea en dicho ámbito.

La multiplicidad y complejidad de factores que intervienen en la publicidad hacen que ésta se haya convertido en un fenómeno interdisciplinario en el que colaboran varias ramas del saber, Blanco (2005:172).

Los orígenes de la publicidad coinciden con la Revolución Industrial y con la eclosión de la mercadotecnia. A partir de 1950 se produce la consolidación de la moderna publicidad, ayudada por el avance de la tecnología, la libertad y el desarrollo de los medios de comunicación que se financian con los anuncios, la aparición de nuevos soportes publicitarios y la creciente competitividad empresarial en los países desarrollados. La publicidad es un signo de nuestro tiempo, una forma de comunicación, que no sólo trata

de provocar el consumo, sino que, utilizando diversas técnicas de persuasión, puede modificar las costumbres sociales. Como dice Block de Behar (1976:16) “Los anuncios concentran el pensamiento del consumidor sólo en sí mismo: los intereses parten y vuelven únicamente al yo; le indican cómo “mejorarse” él (o cuando mucho los *siyos*); qué bienes de consumo debe adquirir generosamente: *su* vestimenta, *su* alimento, *su* casa, *sus* muebles, *sus* diversiones; la largueza de sus impulsos queda circunscrita al ámbito más restringido de su pequeña comunidad egocéntrica”. La publicidad resulta irrealizable sin lenguaje y, a su vez, el lenguaje actual resulta enormemente influido por la publicidad.¹

Por otro lado, la terminología utilizada en publicidad podría clasificarse como lenguaje técnico-especializado o *tecnolecto*; en apoyo de nuestra tesis citaremos y nos basaremos en los postulados de varios estudiosos del tema como Block de Behar (1976:24) “La metáfora, otras veces la condensación expresiva típica de la poesía, también la recuperación etimológica capaz de retrotraer la palabra a su pristinidad original, la ambigüedad, las fuerzas connotativas, los juegos de palabras, las asociaciones fonéticas horizontales y verticales, todas revelaciones que manifiestan las tensiones y tendencias emocionales propias de la creación, son novedades que se comprueban cuando la palabra, usada, irradia dentro de un contexto determinado”.

Martín Zorraquino (1997:317) caracteriza los lenguajes técnicos como que “constituye un ámbito que se encuadra en el más amplio de las lenguas especiales o lenguas de especialidad. No es tarea fácil establecer fronteras dentro de este dominio”.

Para Bonifacio Rodríguez (1981:53) “Los lenguajes científico-técnicos especiales serían, pues, las nomenclaturas específicas de cada una de las ciencias o disciplinas científicas en cuanto tales productos científicos; los argots, las lenguas de grupo [...] los lenguajes sectoriales, en fin, comprenderían las jergas de las profesiones y lenguajes afines, que identifican un determinado dominio de actividad social (si bien en ellos no se percibe una finalidad crítica por parte de los usuarios [...]). La subsidiaridad de la lengua común es una de las dos características fundamentales

¹ Vid. Luisa Blanco, “El lenguaje de los textos publicitarios”, en M.^a do Carmo Henríquez y Migel Ángel Esparza (eds.), *Estudios de Lingüística*, 2 (1997), p. 155.

que se atribuyen al lenguaje técnico; la segunda es lo distintivo de su léxico”.

Según Calonge (1995:184) “El vocabulario científico técnico no tiene nada que ver con el vocabulario general de la lengua. El vocabulario científico y técnico, en sus parcelas correspondientes, forma parte de las ciencias y técnicas a cuyos significados representa”. Por su parte, Guilbert (1973:5-8) resalta las propiedades específicas del léxico técnico son dos: la diversidad del lenguaje científico-técnico frente a la homogeneidad del léxico en general, y una forma de designación específica, que consiste en que la relación entre significante y significado es biunívoca en los lenguajes científico-técnicos. De esta biunivocidad se derivan una serie de rasgos: son monorreferenciales; no son polisémicos; carecen de sinónimos; no presentan propiedades connotativas.

Los tecnicismos constituyen para Coseriu (1981:100) el léxico “nomenclator” y terminológico de una lengua, que se distingue del “estructurado”, lingüístico, y pertenecen a la llamada lingüística “externa”.

Ni la colonia que usas, ni el último traje, ni las sesiones de gimnasio. Cómo nos expresamos es lo que nos define ante los otros. Además, con el lenguaje detallamos y modificamos el mundo a nuestro aire. En definitiva, somos lo que hablamos”.² Todos pensamos que para comunicar es imprescindible el uso de las palabras, pero no es así. “Antes de la evolución del lenguaje, el hombre se comunicaba de la única forma en que era capaz de hacerlo: no verbalmente... Nos comunicamos algunas cosas de la misma forma que los animales, pero desde la aparición de la palabra no somos conscientes de que lo hacemos, dice Flora Davis (2002:15).

A pesar de la importancia de la comunicación verbal, la efectividad del proceso comunicativo está condicionada por una serie de mecanismos no verbales, que surgen incluso antes de iniciar el contacto verbal. Esta comunicación no verbal se manifiesta a través de una serie de signos corporales (gestos, miradas, movimientos...) y mediante imágenes (sensoriales, visuales, auditivas...). La no comunicación resulta imposible, ya que incluso aunque no se desee comunicar, el propio silencio

² Véase I. de la Torre, V. Fernández, A. Goñi, P. Cañizares, R. Valeiras, M.ª J. Corrales y J. Llamazares, trabajo colectivo “Dossier Lenguaje”, en *Quo*, 99 (2003), p.72.

comunica. Por esta razón, el lenguaje no verbal suele ser más creíble que el verbal.

Lo cierto es que en la comunicación tiene mayor importancia la forma en que se dicen las palabras (el aspecto fónico) y el lenguaje corporal que las propias palabras. Así lo dicen varios estudios que revelan que el impacto del mensaje depende, aproximadamente:

- En un 55% del lenguaje corporal
- En un 38% del lenguaje vocal o paralenguaje.
- En sólo un 7% del lenguaje verbal.

Es decir, la palabra nunca viaja sola. Sale de la boca de un hablante que gesticula y entona de cierto modo, lo que aporta significado al mensaje. “El 70% de nuestra imagen procede del modo en que nos expresamos”, aventura Carmen Caffarel, directora del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Pero Caffarel, fiel a las teorías de la llamada Escuela de Palo Alto (California) y a los estudios de los años 70 de la psicóloga Flora Davis, va más lejos: “La verdadera información la transmitimos en la comunicación no verbal, porque es la inconsciente y la que no controlamos”, “En los actos fallidos, prosigue, refiriéndose a gestos o movimientos total o parcialmente incontrolados, es donde sufrimos fuga de información”.³ Su compañera de universidad y profesora de Publicidad, Maribel Reyes, no sólo asiente, sino que desarma con su concreción: “Nuestra imagen al expresarnos se compone de palabra, gesto, postura física, mirada, aspecto personal y paralingüística”. Este último parámetro, que se refiere al modo de entonar, la cadencia, el énfasis de cada dicción, es el que aporta distintos significados a la misma palabra.

Albert Mehrabian (gurú norteamericano de la comunicación interpersonal) sostiene que nuestra imagen está determinada en un 55% por la comunicación no verbal, en un 38% por la paralingüística y -¡sólo!- en un 7% por el mensaje literal, las palabras. Albert Mehrabian se basa en decenas de experimentos; y Reyes lo suscribe, después de su amplia experiencia en entrenar a ejecutivos y políticos (como Juan José Ibarretxe y José María

³ Íbidem, pág. 76.

Atutxa) en dirigirse al público. Quien nos escucha “tarda siete segundos en crear una etiqueta de nosotros”. Es más, aunque no hables, en esos primeros segundos el silencio significa algo, y en el interlocutor ya ha cristalizado la idea de cómo somos, según Reyes. “Este intervalo de siete segundos se menciona en todos los manuales para aprender a hablar en público; yo lo tengo más que comprobado”, pero reconoce que ningún teórico se ha puesto a buscar los mecanismos de fondo de este fenómeno. Pero “si estamos entrenados en dominar nuestra *kinésica*, nuestra habla y nuestra paralingüística, tenemos un alto margen para modular la impresión que damos”.⁴

Así pues transmitimos significados con nuestras expresiones faciales; con la forma de vestir, de perfumarnos, de maquillarnos; con objetos; con nuestra forma de pronunciar, la entonación, pausas... al hablar. Todos estos aspectos son los que constituyen la Comunicación no Verbal; aunque algunos de los más notables investigadores ligados al estudio del comportamiento no verbal se niegan a separar las palabras de los gestos, razón por la cual utilizan las expresiones más generales como *comunicación o interacción cara a cara*, Knapp (1982:15).

2. EL PARALENGUAJE⁵

2.1 La Paralingüística estudia el paralinguaje, que suele definirse con diversas acepciones, entre las que cito las que me parecen más interesantes:

Modalidad de comunicación que discurre a la par de la verbal, como forma de acompañamiento. Como su nombre indica, aquello que está más allá de las palabras (para-lenguaje)

Parte inseparable de la comunicación verbal. Ambas son señales vocales. El contenido del mensaje está necesariamente acompañado

⁴ Íbidem, páginas 76-78.

⁵ El término *paralinguaje* no figura en el diccionario de la RAE, última edición, vigésima segunda, de 2001. Tampoco lo mencionan otros diccionarios o enciclopedias como la *Británica*, 1989, o el de *María Moliner*, 2000. Las definiciones recogidas de Internet son muy difusas. Aunque se encuentran muchos trabajos más o menos serios, entre estos quisiera citar uno de los estudios, ya que figuran varios, de la profesora Isabel Antúnez Pérez de la Universidad de Sevilla, titulado “Estudio de elementos paralingüísticos en Ocnos de Luis Cernuda” en la Revista Electrónica de Estudios Filológicos, n.º IX, junio de 2005.

del modo o forma de decir (el qué y el cómo). Esto implicaría que lo verbal incluye lo paraverbal.

Modalidad de comunicación no verbal, que atañe al cómo se dice; es vocal, fónica, y se expresa mediante la calidad de la voz y de los diversos tipos de vocalizaciones o ausencia de ellos.

Pero esto que parece bastante claro no lo es ya que no existe una delimitación tajante entre lo verbal y lo no verbal:

La borrosa línea de demarcación entre comunicación verbal y no verbal se complica con una distinción igualmente difícil, la distinción entre fenómenos vocales y no vocales. Pensemos lo siguiente: 1) No todos los fenómenos acústicos son vocales, como por ejemplo, el ruido de golpear con los nudillos, un gorgoteo de estómago [...], el hacer chasquear los dedos o el aplaudir. 2) No todo fenómeno no acústico es no verbal, como por ejemplo, algunos de los gestos del lenguaje que utilizan muchos sordos. 3) No todos los fenómenos vocales son iguales, pues algunos son respiratorios y otros no. Un suspiro o la inspiración antes de hablar pueden considerarse fenómenos vocales y respiratorios [...]. 4) No todas las palabras o “aparentes” series de palabras son clara o característicamente verbales, como, por ejemplo, palabras onomatopéyicas tales como *cuchichear* o *murmurar* [...]. A menudo es difícil clasificar precisamente cada una de las conductas que se considere. Knapp (1982:16).

Otros investigadores, como Mehrabian en vez de tratar de clasificar la conducta como verbal o no verbal, ha optado por usar la dicotomía “explícito-implícito”. Pero el estudio más innovador y clarificador es el llevado a cabo por el profesor Poyatos⁶ (1994:130, vol.I), quien habla siempre de “la estructura triple básica del discurso: lenguaje-paralenguaje-kinésica⁷”.

⁶ Fernando Poyatos es profesor de la universidad New Brunswick Fredericton, N.B. Canadá, autor de numerosos artículos, conferencias y libros en los que trata el paralenguaje. Según él mismo dice al comienzo del capítulo 4, volumen I de *La Comunicación no verbal*, Madrid: Istmo, 1994, aunque la fecha que figura en el Prefacio es de diciembre de 1991. “Cuando hace unos veinte años empecé a estudiar todo aquello que tradicionalmente no se consideraba ‘lenguaje’, los diversos sistemas productores de signos que ni siquiera tenían que coincidir con las palabras, me di cuenta de que cuando la gente me hablaba, acompañando o alternando con lo estrictamente lingüístico de su discurso, apoyando o contradiciendo los mensajes esenciales transmitidos por sus palabras y frases con su configuración entonativa, usaban también otros elementos sutilmente estructurados, algunos de los cuales ya se habían llamado ‘paralenguaje’.

⁷ Según el *DRAE* 2001, *kinésica* ‘disciplina que estudia el significado expresivo de los gestos y de los movimientos corporales que acompañan los

El paralenguaje podría definirse, siguiendo a Poyatos (1994:28, vol. II) como:

Las cualidades no verbales de la voz y sus modificadores y las emisiones independientes cuasiléxicas, producidas o condicionadas en las zonas comprendidas en las cavidades supraglóticas (desde los labios y nares hasta la faringe), la cavidad laríngea y las cavidades infraglóticas (pulmones y esófago) hasta los músculos abdominales, así como los silencios momentáneos, que utilizamos consciente o inconscientemente para apoyar o contradecir los signos verbales, kinésicos, proxémicos, químicos, dérmicos y térmicos, simultáneamente o alternando con ellos, tanto en la interacción como en la no-interacción [...]

Se ha creído poder analizar su realidad [el lenguaje verbal] en un encuentro interactivo vivo incurriendo todavía en lo que ha sido el mayor fallo en el análisis del discurso y de la comunicación interpersonal en general: no ver esa triple e inseparable realidad del lenguaje vivo, hablado, que existe sólo como un continuo verbal-paralingüístico-kinésico formado por sonidos y silencios y por movimientos y posiciones estáticas, es decir, lo que desde entonces empecé a estudiar como ‘la triple estructura de la comunicación.’⁸

También otros investigadores españoles, como Antúnez (2005: 1-2) ha definido el paralenguaje como uno de los tres cosistemas que conforman la COMUNICACIÓN. El componente no verbal, lo que constituye la COMUNICACIÓN, la cual tiene una estructura tripartita, que Poyatos (2002 a) denomina “estructura triple básica”.

Según Knapp (1986:24) los componentes del paralenguaje serían los siguientes:

- A. *Cualidades de la voz*. Se incluyen aquí elementos tales como el registro de la voz, el control de la altura, el control del ritmo, el *tempo*, el control de

actos lingüísticos’. Este término, procedente del griego, solamente figura con esta grafía en dicho diccionario.

⁸ Esta nota figura en el cita textual y me ha parecido interesante transcribir parte de ella, a fin de dejar constancia de los muchos años que el profesor Poyatos ha dedicado a este tema: “Después de presentar este tema en el congreso de la Northeast Modern Language Association de 1970 en Filadelfia [...] Desde entonces lo he tratado como tema obligado en cualquier discusión de la comunicación interpersonal, bien como parte de otros trabajos o como tema único”.

la articulación, la resonancia, el control de la glotis y el control labial de la voz.

- B. *Vocalizaciones*. 1) *Caracterizadores vocales*. Aquí se incluyen por ejemplo la risa, el llanto, el suspiro, el bostezo, el estornudo, el ronquido, etc. 2) *Cualificadores vocales*. Aquí se incluyen la intensidad de voz muy fuerte a muy suave, la altura (de excesivamente aguda a excesivamente grave), y la extensión (desde el arrastrar las palabras hasta el hablar extremadamente cortado). 3) *Segregaciones vocales*. Son, por ejemplo, los “hum”, “m-hmm”, “uh”.

Probablemente haya que incluir en este apartado el trabajo relacionado con elementos tales como las pausas (fuera de las articulaciones), sonidos intrusos, errores al hablar y estados de latencia⁹.

Los humanos no hablamos como los robots o los ordenadores. A las palabras, frases y oraciones se agregan elementos prosódicos o suprasegmentales tales como: acento, tono, ritmo y entonación. Los lingüistas incluyen los elementos prosódicos como parte del análisis de la lengua, comprobándose que están sistemáticamente estructurados.

Los elementos paralingüísticos son factores importantes de comunicación, pues expresan sentimientos, actitudes y dan énfasis y significado al habla. Una de sus utilidades es el poder intuir el estado anímico del hablante.

El sistema paralingüístico contempla las cualidades fónicas, signos sonoros fisiológicos o emocionales, elementos cuasi-léxicos, pausas, silencios, que dentro de la comunicación aportan o matizan la información. Con el paralenguaje apoyamos o contradecemos las estructuras verbales y cinésicas, y los sonidos que abarcan una amplia gama de fenómenos acústicos determinados por diferentes factores: anatomía, fisiología o uso idiosincrásico.

⁹ Knapp en esta clasificación cita y sigue la ya hecha por a G.LTrager, “*Paralenguaje: A First Approximation*”, *Studies in Linguistics*, 1958, 13, págs. 1-12, quien fue uno de los primeros en emplear el término *paralenguaje*; divide sus elementos en dos tipos principalmente: La vocalizaciones (caracterizantes vocales como la risa, llanto, bostezo...; los segregados vocales; los cualificadotes vocales) y las cualidades vocales (altura de la voz, el ritmo, el tempo...).

2.2 Elementos del paralenguaje

El paralenguaje está formado por los siguientes elementos:

- Las cualidades y modificadores fónicos.
- Sonidos fisiológicos y emocionales.
- Elementos cuasi-léxicos.
- El silencio.

Para conseguir una comunicación paralingüística adecuada es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos: El tono, el timbre, la intensidad y la duración, son cualidades físicas del sonido que pueden determinar o precisar información. Suele denominárseles como ‘componentes acústicos del sonido’¹⁰; aunque también analizaremos otras como el *tempo* o la entonación:

- El tono, también llamado *primer armónico*, *armónico fundamental* o *tono fundamental*, es el resultado del número de vibraciones completas de las cuerdas vocales por unidad de tiempo (o lo que es lo mismo, de la frecuencia). Los cambios de frecuencia o de tono son los que reflejan en español las variaciones melódicas de la voz, la entonación. Es el rasgo más versátil de la voz, el que acompaña a todos nuestros sonidos comunicativos con las más sutiles variaciones simbólicas. Así pues, el tono influiría en la inflexión de la voz y en la forma de decir algo, según la intención, la actitud o el estado de ánimo de quién lo dice. Puede dar significados diferentes de la misma palabra, así como influir en las impresiones que se forman del interlocutor; dependiendo de su modo de uso puede negar el contenido de las palabras que se dicen, por ejemplo cuando usamos el *sarcastismo*; y es, también, muy importante para generar interés en los oyentes emplear tonos adecuados.

Existen una serie de perturbaciones que se deben evitar, tales como muchos periodos de silencio, empleo excesivo de

¹⁰ Véase Antonio Quilis y Joseph A. Fernández, *Curso de Fonética y Fonología Españolas*, Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 1992, décimo cuarta edición, p.43.

muletillas o palabras de relleno (“bueno”, “no sé”, “y tal”...), repeticiones, tartamudeos, vacilaciones...

- El timbre es el resultado de la conformación de los armónicos en un sonido, conformación que depende del volumen y abertura de las cavidades de resonancia donde se produce. Según Poyatos (1994:30, II vol.), el timbre es el registro o altura musical de la voz que nos permite diferenciar a alguien en seguida (‘Ahí está Antonio’) y que depende de la longitud y grosor de las bandas vocales, es decir, cuanto más largas y gruesas, más despacio vibran y más bajo es el timbre (en general, en mujeres y niños), y viceversa; pero también hay diferencias geográficas.

Pueden diferenciarse normalmente cuatro grados de timbre: muy bajo, bajo-medio, alto y muy alto.

- La intensidad depende de la amplitud de la vibración total, es decir, de la suma de amplitudes de todos los armónicos. Cuanto mayor es la energía articuladora que empleamos en la emisión de un sonido, mayor será la amplitud (separación máxima de las cuerdas vocales de su posición de reposo), y por lo tanto, la intensidad. Suele tener un efecto comunicativo y persuasivo. Según la intensidad o volumen del sonido, se puede mostrar tanto confianza, entusiasmo, como agresividad, malos modales. Se debe tener en cuenta las características del oyente y la proximidad; por lo general, lo correcto es el uso de un volumen medio, ni muy alto ni muy bajo. Las variaciones de intensidad atraen al oyente; pero cada uno tenemos, además de un nivel de volumen determinado biofisiológicamente, un nivel conversacional habitual, relacionado con nuestra personalidad
- La duración es el tiempo que empleamos en la emisión de un sonido. Se le llama también *cantidad*. La cantidad absoluta suele expresarse en centésimas de segundo.

- La velocidad o *tempo* del enunciado incluye también la duración silábica, pero se entiende, aquí, como la velocidad relativa en la emisión sucesiva de las palabras, frases, etc., incluyendo las pausas, lo que se reconoce en seguida como parte del estilo personal básico. Existen diferentes funciones actitudinales; así el tempo lento puede significar: el énfasis con que hacemos resaltar ciertas palabras o frases; titubeo; incertidumbre; dominación; superioridad.... Por el contrario, el tempo rápido se emplea para expresar animación; control de la situación; enojo; fastidio, impaciencia; prisa...

Debe evitarse hablar demasiado rápido ya que provoca dificultad de comprensión, o demasiado lento porque aburre; la velocidad de la elocución transmite sentimientos personales: una persona alegre suele hablar rápido; por el contrario, una triste o deprimida lo hace de forma lenta.

- El campo entonativo se identifica como una cualidad personal, o al menos habitual, de cada hablante entre melodioso y monótono, según la impresión que nos dé esa combinación de tonos, acentos y pausas. Para la sensación de monotonía empleamos palabras como ‘apagado’, ‘soniquete’, ‘monótono’... El estilo entonativo de una persona no siempre corresponde al cinésico, uno puede ser muy variado y el otro no. Los cinco grados de una escala para la entonación serían: hipermelódico, melodioso, medio, monótono, hipermonótono.

La entonación es la principal característica de la frase: depende de las variaciones de la frecuencia de vibración de las cuerdas vocales. La entonación abarca la totalidad de la frase y puede contribuir tanto en el cambio de su significado, como en la expresión de determinados estados psíquicos o de determinados sentimientos (satisfacción, desprecio, ira, etc.). Quilis (1992:164).

- La duración silábica, mediante el alargamiento o acortamiento, es una cualidad paralingüística del discurso, superpuesta a las palabras o a ciertas

construcciones paralingüísticas (un siseo o un gruñido), que puede ser permanente en la persona que habla alargando las palabras, o que usa solamente en ciertas situaciones con funciones actitudinales y semánticas a veces muy sutiles. Empleamos el alargamiento cuando titubeamos, consolamos a otros, aprobamos enfáticamente...por el contrario, usamos el acortamiento cuando indicamos impaciencia, recordamos algo de pronto, negamos con irritación...Ortográficamente, podemos prolongar vocales y consonantes (¡Da unas ganas de comerrrr!) o suprimirlas por apócope (Toy contenta).

2.3 Sonidos fisiológicos y emocionales

Entre los fenómenos paralingüísticos que ocurren solamente como modificadores de la palabra y los que funcionan como 'cuasipalabras' en cada comunidad lingüística y cultural, existen otros, los diferenciadores, que comparten ambas características y caracterizan reacciones fisiológicas, muchas como reflejos, y estados fisiológicos y reacciones emocionales. Aunque pueden calificar las palabras, por ejemplo: bostezando al hablar, suceden también por sí solos como la risa, el llanto, el sollozo, la risa, el grito, la tos, el carraspeo y el bostezo son sonidos que manifiestan reacciones fisiológicas y emocionales que podemos combinar con otros elementos paralingüísticos, cinésicos o verbales. También forman parte de este grupo el jadeo, escupir, el eructo, el estornudo, el hipo, las flatulencias y el chirriar de dientes. Muchos de estos sonidos tienen diferente significado según los países y las culturas. Por ejemplo, para los indios americanos el eructo era una expresión de elogio hacia la comida o en Ghana si alguien estornuda mirando hacia el de la derecha le está deseando suerte, mientras que si lo hace al de su izquierda le estará dando mala suerte.

2.4. Elementos cuasi-léxicos

Con este término nos referimos a las vocalizaciones y las consonantizaciones convencionales con escaso contenido léxico pero con un gran valor funcional (expresivo, referencial o regulador interactivo). Dentro de estos elementos están las

interjecciones, las onomatopeyas, emisiones sonoras que tienen nombre propio como roncar, y otros muchos sonidos (Uf, Ps...) que, sin tener nombre propio o grafía, son usadas con un valor comunicativo idéntico al de algunos signos lingüísticos o cinésicos. A estos elementos también se les conoce por alternantes lingüísticos.

Existen otras clasificaciones de estos elementos *cuasi* verbales como las siguientes que resumirían lo anteriormente expuesto:

- *Calificativos vocales*: volumen, tono, velocidad, pausas, silencios...
- *Caracterizadores vocales*: reír, llorar, bostezar, gemir...
- *Segregados vocales*: vocalizaciones como “hum”, “mm” “oh”, “ps”...

2.5 Además hay que tener en cuenta que la ausencia de sonido también comunica, porque algunas pausas, y no me refiero a las meramente fisiológicas y a las semántico-lingüísticas, en el discurso tienen cierto valor comunicativo ya que pueden dar énfasis al mismo o regular una conversación. Con el silencio se acentúan ciertas palabras o ideas, se expresan emociones, se evalúa o juzga el comportamiento ajeno, etc. Pero al igual que muchos elementos del paralenguaje el silencio tiene diferente significado dentro de cada cultura. Mientras que en occidente el silencio es algo temido, en culturas como la japonesa dan mucha importancia al silencio. No es frecuente encontrar libros en los que se trate el silencio; por eso es significativo que Merayo (2001:253-258) le dedique un subcapítulo “Miedo al silencio” en el que se pueden leer reflexiones interesantes como las siguientes:

Los jóvenes de hoy –le comenta una profesora de psicología- tienen miedo al silencio, porque el silencio les obliga a pensar y a comunicarse y, desgraciadamente, tienen muy poco interesante que decirse y ninguna gana de escuchar a sus semejantes.

El empleo adecuado del silencio no consiste en no hablar, sino en decir las cosas a su tiempo y en callar cuando sea necesario. Por eso, los instantes en los que deben hacerse pausas no están determinados por reglas fijas e inmutables, sino que dependen del temperamento, del carácter, del sentimiento, del contexto, del público y del sentido con que se quiera dotar la frase.

3. CONCLUSIONES

3.1 En primer lugar, puede deducirse la gran importancia que adquiere la comunicación no verbal dentro de la comunicación en general. George du Maurier escribió: “El lenguaje es una cosa muy pobre. Se llenan los pulmones de aire, vibra una pequeña hendidura en la garganta, se hacen gestos con la boca, y eso estremece el aire; y el aire hace vibrar, a su vez, un par de membranas en la otra cabeza... y el cerebro capta toscamente el mensaje. ¡Cuántos circunloquios y qué pérdida de tiempo...!” Flora Davis (2002:21).

3.2 Los hablantes prestamos mucha atención a los gestos, miradas, vestimenta... todos ellos pertenecientes al lenguaje no verbal; sin embargo no nos detenemos, generalmente, en reflexionar que se pretende comunicar con ellos.

3.3 Finalmente podemos concluir diciendo que la paralingüística es un aspecto determinante dentro de la comunicación, aunque sea difícil marcar los límites del lenguaje y del paralenguaje, pero la comunicación necesita a ambos, ya que ambos se complementan y son necesarios para la correcta comprensión del mensaje.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANTÚNEZ, Isabel (2005), “Estudio de elementos paralingüísticos en Ocnos de Luis Cernuda”, Revista Electrónica de Estudios Filológicos, número IX, 2005.
- BLANCO, Luisa (1997), "La lengua de la publicidad", en *La Comunicación Publicitaria*, Pontevedra, Excm. Diputación de Pontevedra, pp. 183-213.
- BLANCO, Luisa (1997), “El lenguaje de los textos publicitarios”, en M.^a do Carmo Henríquez y M.A. Esparza (eds.), *Estudios de Lingüística*, Vigo, Departamento de Filología Española, pp. 155-165.
- BLANCO, Luisa “Lengua y grafía. Recursos fónicos”, en M.^a Victoria Moreno (coord.) *Lenguaje Publicitario. La seducción permanente*, Barcelona: Ariel, pp.159-181.
- BLOCK DE BEHAR, Lisa (1973), *El lenguaje de la publicidad*, México: Siglo XXI Editores.
- CALONGE, J. (1995), “El lenguaje científico y técnico”, *La lengua española hoy*, Coordinación: Manuel Seco y Gregorio Salvador: Madrid, Fundación Juan March, pp.175-186.
- COSERIU, Eugenio (1981), “Introducción al estudio estructural del léxico”, *Principios de Semántica estructural*, Madrid: Gredos, pp.87-142.
- DAVIS, Flora [1976] (2002), *La Comunicación no verbal*, Madrid: Alianza.

- GUILBERT, L. (1973), “La spécificité du terme scientifique et technique”, *Langue Française*, 17, pp. 5-17.
- KNAPP, Mark L. (1986), *La comunicación no verbal. El cuerpo y su entorno*, Barcelona: Paidós.
- MARTÍN ZORRAQUINO, M.^a A. (1997), “Formación de palabras y lenguaje técnico”, *Revista Española de Lingüística*, 27, 2, pp. 317-339.
- MEHRABIAN, A. (1972), *Nonverbal Communication*, Chicago: Aldine-Atherton.
- MERAYO, Arturo (2001), *Curso práctico de técnicas de comunicación de comunicación oral*, Madrid: Tecnos.
- POYATOS, Fernando (1994), *La Comunicación no Verbal*, I,II,III, Madrid:Istmo.
- QUILIS, ANTONIO Y JOSEPH A. FERNÁNDEZ, *Curso de Fonética y Fonología Españolas*, Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 1992, décimo cuarta edición.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (2001), *Diccionario de la lengua española*, Madrid: Espasa-Calpe, (DRAE).
- RODRÍGUEZ DíEZ, Bonifacio (1981), *Las lenguas especiales. El léxico del ciclismo*, León: Colegio Universitario de León.
- TORRE, de la, I., FERNÁNDEZ, V., GOÑI, A., CAÑIZARES, P., VALEIRAS, R., CORRALES, M.^a J. y LLAMAZARES, J. (trabajo colectivo) “Dossier Lenguaje”, en *Quo*, 99 (2003), Madrid: Hachette Filipacchi, pp.73-106.