FALSAS APARIENCIAS

Cinzia Fiorillo
Pilar Llorente Torres
Universidad Antonio de Nebrija, Madrid

Hoy en día no contamos con fundamentos teóricos sólidos que nos permitan saber qué es la comunicación no verbal. Resulta estar lejos de una identificación clara y precisa, con dogmas y reglas establecidos y reconocidos. Constatamos que todavía no podemos decir, sin caer en la duda, qué es lo que puede definirse como "signo no verbal". Ya que con ella se alude a todos los signos y sistemas de signos no lingüísticos, la acepción de "comunicación no verbal" se muestra polisémica para adentrarnos en ella, más aún si hemos de deslindarla de los hábitos y costumbres culturales en sentido amplio. Tratada desde disciplinas distintas ha ido tomando cuerpo a lo largo del siglo XX de la mano de La Antropología, la Etología, la Psicología, la Teoría de la información, y de la Lingüística General. Debido a ello, no es fácil delimitar su metodología de estudio. Teniendo en cuenta este factor nos acercamos a su análisis para aportar con humildad nuevas perspectivas de acción e incluirlas en el aula un rasgo, que consideramos tan importante e imprescindible en el aprendizaje de una lengua segunda; el conocimiento del lenguaje no verbal, que aunque no lo aparezca, se nos muestra cargado de significados en tanto en cuanto es lengua viva.

Nuestro estudio se conforma como un intento, un soporte, un apoyo a la enseñanza de E/LE, sin olvidar que nuestra concepción del lenguaje no verbal está directamente relacionada con el desarrollo de una "competencia comunicativa", presentada ésta como un todo "homogéneo". Es decir, la comunicación como un todo en el que las palabras y las "no palabras" dotan de significado a nuestra intención comunicativa, o a veces va más allá de ésta con o sin permiso de nuestra conciencia. Consideramos innecesaria en el marco del aula la distinción entre verbal y no verbal en el proceso comunicativo. No obstante, esta escisión es necesaria en la investigación científica. Mas, el alumno ha de experimentar con el idioma como algo unívoco. Entre otras razones, porque la comunicación es un sistema pluridimensional y centrarse

ASELE. Actas XIV (2003). PILAR LLORENTE TORRES y CINTIA FIORILLO. Falsas apariencias
Centro Virtual Cervantes

solamente en una de sus dimensiones llevaría a un conocimiento parcial y empobrecido culturalmente. Más aún, porque una visión totalizadora de la comunicación es el objeto principal de un enfoque didáctico centrado en la autonomía del aprendizaje, de cuyos objetivos, uno es dotar de estrategias de comunicación a los alumnos.

En este contexto, el Marco Europeo de Referencia (2000) considera que la competencia comunicativa comprende varios componentes: el lingüístico, sociolingüístico y el pragmático. Cada uno de ellos comprende a su vez, en concreto, conocimientos, destrezas y habilidades. Los dos últimos podemos agruparlos bajo el prisma de lo que bien podríamos denominar como "la competencia cultural", ya que se refieren a las condiciones socioculturales del uso de la lengua y al uso funcional de los recursos lingüísticos. En ambos, es necesario destacar el impacto que ejercen las interacciones y los entornos culturales en los que se han de desarrollar las destrezas y habilidades. En consecuencia , queda circunscrita la comunicación no verbal como un componente más que se activa en esas interacciones de comunicación, que demuestra el dominio, la cohesión y coherencia del discurso. El alumno ha de identificar los contextos para elegir el tipo de texto, el tipo de enunciado que quiere comunicar. El desarrollo de la concepción de la competencia comunicativa así entendida creemos que se refuerza con la inclusión de la competencia intercultural:

> "La competencia intercultural, como parte de una amplía competencia del hablante de una lengua extranjera, identifica la habilidad de una persona de actuar de forma adecuada y flexible al enfrentarse con acciones, actitudes y expectativas de personas de otras culturas. La adecuación y la flexibilidad implican poseer un conocimiento de las diferencias culturales entre la cultura extranjera y la propia: además, tener la habilidad de poder solucionar problemas interculturales como consecuencia de dichas diferencias. La competencia intercultural incluye la capacidad de estabilizar la propia identidad en el proceso de mediación entre culturas y la de ayudar a otras personas a estabilizar la suya". Meyer (1991)[1]

En efecto, el ser humano, definido por Aristóteles, es un "animal social" que siente la necesidad de comunicarse y posee el lenguaje, que es "innato", un instinto primordial que pone en común a todos los seres humanos.

En cualquier caso, toda interacción social , o todo intercambio comunicativo se realiza a través de la conformidad entre los participantes con ciertas reglas preestablecidas y universalmente reconocidas, utilizando un determinado código

[1] Traducción de Á. Oliveras. (2000).

ASELE. Actas XIV (2003). PILAR LLORENTE TORRES y CINTIA FIORILLO. Falsas apariencias
Centro Virtual Cervantes

mutuamente respetado. No obstante, todo intercambio está caracterizado por una serie de mecanismos peculiares desencadenados por la misma necesidad comunicativa.

Al ser un intercambio, cada conversación supone la participación activa de los interlocutores, que ponen en marcha una actividad cooperativa en la que cada uno de ellos debe poder contar con el otro para llevarla a cabo.

La comunicación es un proceso creativo que se realizará gracias a ese "código" que puede estar formado por gestos, palabras, maneras, posturas, silencios, etc.

La interacción comunicativa se desarrolla a través de algunas pautas:

1. una situación comunicativa que estimula,
2. una cooperación mutua en la formulación del mensaje,
3. una percepción, es decir una interpretación de la situación.

En este proceso de comunicación cada interlocutor tiene que comprender el mensaje, interpretarlo e inferir según el contexto, porque:

"Para el ser humano, efectivamente, *comprender* es interpretar, e *interpretar* es integrar lo percibido en un sistema determinado de significación"[2]

El proceso comunicativo pone en juego todos nuestros mecanismos, aquellos que tenemos al alcance para hacernos entender. ¿De verdad se puede suponer que lo decimos todo con la expresión verbal, con el mero recurso a las palabras?

En realidad, el mismo lenguaje resulta tal vez incapaz de transmitir mensajes de una forma significativa y entonces recurrimos a nuestra capacidad instintiva y primordial de animales pero al mismo tiempo de seres pensantes; esa misma capacidad que, conscientemente o inconscientemente, nos lleva a disimular nuestros sentimientos y a comunicarnos a través de gestos, emisión de sonidos o no, del uso del espacio y de la distribución del tiempo.

[2] L.Cencillo y J.L. García. , (1973) Antropología cultural y psicológica. Madrid Publicaciones de la UCM. Pág., 204.

ASELE. Actas XIV (2003). PILAR LLORENTE TORRES y CINTIA FIORILLO. Falsas apariencias
Centro Virtual Cervantes

Quizá, sea la comunicación no verbal el comportamiento más humano que poseemos, no podemos dejar de producirla, es reflejo de nuestra alma, de nuestro ser, y junto a ello de nuestra cultura.

> "...a fin de hablar primero del ademán, el cual concuerda con la voz y con ella obedece a la vez, al alma" (Quintiliano, XI, 3).[3]

El ser humano tiende a enviar mensajes siempre, aunque tal vez no tenga conciencia de ello, o aunque no quiera comunicarse de forma voluntaria.

Toda nuestra comunicación está caracterizada y puede presentar distintas intenciones comunicativas según lo que "acompaña" la verbalización, es decir: los gestos, el tono de voz, el ritmo, la secuencia de las palabras, etc.

De esto ya se habían dado cuenta los antiguos, cuya elocuencia nos asombra:

> "El gesto es el que tiene, sin embargo, más significación. Con él nos mostramos suplicantes, con él amenazamos, con él halagamos, él nos hace tristes, alegres, soberbios y humildes; de él están como pendientes los hombres; a él es a quien miran; lo contemplan aun antes de que hablemos; con él mostramos amor a los hombres; por él odiamos y entendemos muchísimas cosas, sirviendo muchas veces más que todas las palabras" (Quintiliano, XI, 3).[4]

Sin embargo, habría que preguntarse: ¿de qué manera la comunicación no verbal contribuye significativamente a la comunicación humana? Los nativos de una lengua no sólo hablan con su propia voz sino a través de un conocimiento cultural del que participan un conjunto de presuposiciones, de sobreentendidos, de pautas de conducta que, para ellos, son naturales, normales y evidentes (Miquel, L., 1996). Es razonable pensar que muchos de los signos de la comunicación no verbal participen de éste, y por consiguiente afecten a la interacción comunicativa.

De hecho, el lenguaje no verbal puede tener distintas funciones según el efecto que vaya a producir en el acto comunicativo:

- ✓ Función Repetitiva: cuando con el gesto se repite lo que se expresa con la palabra, lo que lleva al fenómeno de "coincidencia" de verbal y no verbal;
- ✓ Función Contradictoria: tal vez nuestros gestos lo dicen todo y puede ocurrir que lo que digamos no esté confirmando lo que nuestro cuerpo expresa muy elocuentemente;

[3] Kart Bühler., (1988). Teoría de la expresión. Alianza. Madrid.
[4] Ídem.

ASELE. Actas XIV (2003). PILAR LLORENTE TORRES y CINTIA FIORILLO. Falsas apariencias
Centro Virtual Cervantes

- ✓ Función Sustitutiva: cuando con el mero gesto no hace falta que añadamos nada más, porque posee valor denotativo propio;
- ✓ Función de Refuerzo: cuando el gesto refuerza la palabra hasta que pueda resultar redundante;
- ✓ Función Reguladora: cuando se recurre al gesto para regular la conversación o mantener la atención
- ✓ Función Explicativa: cuando el gesto resulta ser necesario para que se logre la interpretación del mensaje;
- ✓ Función Complementaria: cuando el gesto se combina con el lenguaje verbal y lo completa;

Por todo ello, es razonable pensar que las posibilidades de que un alumno de E/LE desconozca la presuposiciones o inferencias de un término se multiplican en el ámbito de la comunicación no verbal. En consecuencia, la necesidad de conocer el estilo de interacción, desde la perspectiva de la comunicación no verbal, propio de los hablantes de la lengua meta no sólo es necesario para interactuar adecuadamente con ellos, sino también para reconocer y valorar adecuadamente las intenciones de los integrantes de la nueva cultura. Escandell Vidal, Mª V.(1996).

Para realizar el análisis de los componentes de la comunicación no verbal y como éstos interactúan en el proceso de comunicación con el lenguaje verbal, escogemos la Publicidad como fuente de input en el aula de E/LE. Debido en parte a que creemos que en la sociedad actual lenguaje y medios de comunicación vivan en una situación de mutua y recíproca influencia, donde ambos pueden ser "subvertidos".

¿Es el lenguaje quien condiciona los media a pesar del mensaje que se intenta transmitir o viceversa son los media, tal vez de manera subliminal, los que consiguen condicionar nuestra forma de expresarnos y nuestra manera de percibir la realidad que nos rodea y la concepción que tenemos de la cultura?

En efecto, en la realidad cotidiana podemos constatar la profunda transformación a la que está sujeto todo individuo por efecto de los mass media, que incluso llegan a

ASELE. Actas XIV (2003). PILAR LLORENTE TORRES y CINTIA FIORILLO. Falsas apariencias
Centro Virtual Cervantes

influir en el cambio de actitudes y de costumbre de cada ser humano porque, como Wolf recoge de la teoría de Schulz (1987):

> "Los media crean la cultura y el ambiente simbólico y cognoscitivo en el que el individuo vive, constituyendo un recurso que éste usa en las interacciones sociales, para situar o convertir en significativa su propia actuación"[5]

Indudablemente hay que reconocer que, como recogen Fontcuberta y Gómez Mompart, asistimos a un "fenómeno de la homogeneización", es decir "nuestras sociedades se encuentran hoy ante un sistema de cultura de masas en el que todos los mensajes se estructuran según los mismos modelos, así un eslogan de campaña electoral como una serie policial en la televisión, podemos hablar de "efectos de monopolio" no sólo en el sentido económico sino en términos de contenido y de forma"[6].

Es innegable que en la que fue definida por Marshall MacLuhan como "aldea global" todos nos enteramos de todo, todo lo sabemos, estamos al corriente (siempre que queramos) de todo lo que pasa en las antípodas.

En nuestra sociedad occidentalmente homogeneizada, incluso el lenguaje puede ser convertido en objeto de consumo, en fetiche, por contribución también de los medios de comunicación.

Si damos por hechas estas consideraciones, se entiende también como el silencio puede representar un recurso estratégico; silencio visto no como ausencia semántica, no como sinónimo de falta de comunicación, no como rechazo a la expresión, sino como estrategia de transmisión de un mensaje que va más allá de la significación verbal, que forma parte de ese universo de la comunicación "no manifiesta" pero que conlleva en sí una carga semántica alternativa no indiferente porque

"el mismo lenguaje es una producción viciada, encargada de transmitir estereotipos y pautas culturales encaminadas a mantener la alienación, a transmitir ideología y, por tanto, falsa conciencia. El lenguaje no contribuye en la mayoría de los casos a la

[5] Wolf, M., (1994) *Los efectos sociales de los media*. Paidos: Barcelona. Pág., 68.
[6] Fontcuberta, M., Gómez Mompart, J.L., (1983) *Alternativas en comunicación*. Mitre: Barcelona. Págs., 73-74.

ASELE. Actas XIV (2003). PILAR LLORENTE TORRES y CINTIA FIORILLO. Falsas apariencias
Centro Virtual Cervantes

comunicación para la que naciera. Es ya el lugar del error, del ruido, de la incomunicación"[7].

Consideramos que, en general, el anuncio constituye un formidable *input*, recurso didáctico tanto publicitario como didáctico.

Hay que decir que las estrategias aplicadas en la publicidad tienen en común muchos aspectos relacionados con la enseñanza, entre éstos:

- ✓ El valor de la atención
- ✓ La vertiente informativa y de comunicación
- ✓ El carácter persuasivo.

Los materiales que llevamos al aula han de ser un reflejo de la realidad vigente, deben de estar actualizados y acercar la cultura cotidiana del ciudadano de a pie para poder construir a través de ellos la red de relaciones interculturales vivas con los alumnos.

"Es preciso crear un puente entre el presente y el futuro, entre lo que es y lo que será, entre los valores que siguen siendo válidos y los que habrá que aceptar para afrontar el cambio"[8]

Para la realización de nuestro estudio, hemos recurrido a dos anuncios que, por sus peculiares características, consideramos relevantes desde un punto de vista explicativo de algunos de los culturemas básicos de la cultura española.

Primeramente, analizaremos la comunicación verbal:

- Él: Oye... estoy pensando que este fin de semana me voy a quedar en casa...
- Ella: Ajam,...
- Él: Así estoy con el peque... Y te vas tú por ahí... Hago la compra... Baño al perro... Recojo el trastero...
- Ella: (Silencio).

[7] Ídem. Pág., 75.
[8] Simon, P., Albert, L., (1983) *Las relaciones interpersonales*. Herder: Barcelona. Pág., 511.

ASELE. Actas XIV (2003). PILAR LLORENTE TORRES y CINTIA FIORILLO. Falsas apariencias
Centro Virtual Cervantes

Voz externa: HAY COSAS QUE PODRÁS MANTENER... O NO.
¿LA TEMPERATURA DE TU COCHE? SÍ.

El punto de partida de nuestro análisis se basa en la noción de culturemas definida por Poyatos: " cualquier porción significativa de actividad o no-actividad cultural percibida a través de signos sensibles e inteligibles con valor simbólico y susceptibles de ser dividida en unidades menores o amalgamada en otras mayores"[9]. Entendemos que podríamos considerar como un culturema alguna de las expresiones lingüísticas, que emiten los personajes del anuncio. En consecuencia, el morfema *Oye* es una de las expresiones que con más frecuencia se utiliza en el español hablado para dirigirse a alguien, llamar la atención, introducir un tema y empezar una conversación.

En este primer anuncio, con ese *Oye* el personaje llama la atención de la mujer hacia algún plan que quiere "soltarle":

- *Estoy pensando que este fin de semana me voy a quedar en casa...*

Cuando consigue su atención, demostrada por la presencia de la vocalización *Ajam* empieza a anunciar sus intenciones:

- *Así estoy con el peque y te vas tú por ahí...*

¿Qué podría inferirse del enunciado dicho? Podríamos inferir que es un hombre que, a lo mejor, está simplemente cansado y quiera descansar (¿de qué?), sin embargo el análisis de su lenguaje no verbal demuestra que no se trata solamente de esto.

Según la distinción que hace Poyatos, en el *nivel segmental* (Poyatos, 1994), en este enunciado encontramos coloquialismos como "peque" y la presencia del pronombre personal "tú" subraya el hecho que por fin sea "ella" quien vaya a salir "por ahí"; junto a elementos paralingüísticos como el que utiliza cuando se dirige al niño: "*ts ts*", que nos parece artificial y ajeno a ese mundo de "sonidos" con los que acompañamos normalmente nuestra interacción con un bebé. Resulta evidente la falta de hábitos de este padre con su hijo, o con otros niños de la misma edad.

[9] F. Poyatos., (1994) *La comunicación no verbal*. Vol. I*: Cultura, lenguaje, conversación*. Istmo: Madrid. Págs., 37-38

ASELE. Actas XIV (2003). PILAR LLORENTE TORRES y CINTIA FIORILLO. Falsas apariencias
Centro Virtual Cervantes

Sin embargo, lo que atribuye carga semántica a la expresión verbal es la configuración entonativa, la voz relajada y el ritmo, lo que constituye el llamado *nivel suprasegmental*, que desarrolla un "crescendo" melódico tan fuerte en los propósitos que se plantea para el fin de semana que llega un momento en el que ni siquiera él se lo cree...

- *Hago la compra... Baño al perro... Recojo el trastero...*



En ese *crescendo* podemos concluir, partiendo del análisis de su comportamiento no verbal, que él está enumerando las cosas que *promete* hacer buscando aprobación con la mirada, acompañándose con pausas, movimientos de la cabeza, elevación de las cejas y una mueca que denota asentimiento.

La reacción de la mujer, tan sólo expresada de forma no verbal, abre el campo a la libre interpretación: ese contacto visual, esa mirada que expresa sorpresa, incredulidad, desconfianza, hasta llegar a la reprobación; la tensión creada por la mirada mantenida tan fija e insistentemente es tan alta que el marido, casi horadado, tiene que asumir que "se ha pasado", ha exagerado sin ninguna duda, y tiene que retomar una nueva "posición".

Una mirada, como bien se puede deducir, nunca carece de significación y a esta mirada acompañada de silencio, le sigue otro silencio que da acceso a una variada interpretación de significados.

ANUNCIO II

- Ella: ¿Sabes qué?
- Él: Sí
- Ella: Voy a dejar de tomar la píldora.
- El: (Silencio).

Voz externa: HAY COSAS QUE PODRAS MANTENER... O NO.
¿LA TEMPERATURA DE TU COCHE? SÍ.

ASELE. Actas XIV (2003). PILAR LLORENTE TORRES y CINTIA FIORILLO. Falsas apariencias
Centro Virtual Cervantes

El análisis de este anuncio demuestra la presencia del mismo tipo de culturemas que caracterizan el primer anuncio. Por ejemplo, *¿Sabes qué?*, utilizado para entablar cualquier tipo de conversación informal y, en este caso, aparentemente sin atribuirle demasiada importancia.

Ella demanda atención y él se la concede a través de ese *Sí* que claramente demuestra apoyo a la conversación.

Ella pronuncia su enunciado sonriendo y se pone en actitud de "espera", demostrada por el movimiento que hace con los hombros y el gesto continuo con el que pide, expresándose con el cuerpo, que se le conteste: el contacto ocular reiterado y la elevación de cejas que parecen preguntar *¿Y entonces qué opinas?*

El silencio con el que contesta el hombre resulta ser tan extremadamente polisémico (asombro, incertidumbre, desconcierto, desaprobación, etc.) que le constriñe a preguntar "verbalmente":

- *¿No dices nada?*

Aparentemente no se le concede contestación pero, si se va a analizar todo el conjunto de movimientos, comprobamos que no es así. Desde la mirada esquiva a la concentración aparente en la conducción, evitan e ignoran la propuesta de conversación de manera tajante.

El silencio como protagonista

SILENCIO:
VACÍO FIGURADO

Desde siempre se ha asociado el silencio a la falta de comunicación, a la elección de no participar en el intercambio comunicativo, o al rechazo de la expresión; no obstante, nuestro intento aquí es relevar su extrema capacidad de apertura a la interpretación comunicativa y su pertenencia al "paralenguaje".

ASELE. Actas XIV (2003). PILAR LLORENTE TORRES y CINTIA FIORILLO. Falsas apariencias
Centro Virtual Cervantes

Si, por un lado, puede resaltar su característica de "no-actividad", en el sentido de que no se producen sonidos o actividades lingüísticas, por otro lado, hay que subrayar la permanencia del carácter "interactivo" de la que llamaría "comunicación silenciosa" porque, como recogemos de Poyatos:

"El significado, el verdadero mensaje, no viene dado por la "carencia" de los signos esperados, sino por el silencio mismo, sin referencia a nada más. De esta forma se codifica como un conjunto de signos con derecho propio"[10].

Habría que destacar que en cualquier tipo de "comunicación silenciosa", son las razones que producen ese silencio, ese mecanismo de causa-efecto, las que llevan a la interpretación del mensaje transmitido a través de todos los elementos del lenguaje no verbal emitidos "antes" y "después" del silencio.

Todos estos elementos están estrictamente relacionados con el conocimiento de los que son los presupuestos culturales correspondientes, es decir, el desarrollo de la competencia intercultural que resulta fundamental a la hora de la adecuación kinésica, proxémica y cronémica.

El anuncio: propuesta didáctica.

La explotación didáctica de los anuncios se puede desarrollar según distintos niveles de análisis:

- Análisis de los patrones de comportamiento
- Análisis de los patrones culturales
- Análisis de valores y actitudes
- Análisis de aspectos relacionados con la cultura cotidiana

En cuanto a los anuncios seleccionados, nos centraríamos en el análisis de los aspectos pertenecientes a la cultura cotidiana y patrones de comportamiento, en especial el modo de relación de los españoles con el "coche".

Es un culturema que presenta una dicotomía, porque la interacción se refiere tanto a una situación de tipo urbano-interior cuanto a una de tipo urbano-exterior.

[10] F. Poyatos,. (1994) *La comunicación no verbal*. Vol. I*: Cultura, lenguaje, conversación*. Istmo: Madrid. Pág., 173.

ASELE. Actas XIV (2003). PILAR LLORENTE TORRES y CINTIA FIORILLO. Falsas apariencias
Centro Virtual Cervantes

Nos podríamos arriesgar a tratar también el hecho cultural de que los españoles cuando están en el coche, establecen un tipo de conversaciones que aparentemente no son fundamentales. Por ejemplo, en el anuncio, donde se está decidiendo si tener un hijo o no.

Podríamos añadir también que es un culturema primario, el del coche, que a lo mejor facilita este tipo de conversación porque se puede suponer que es un momento de "tránsito", de un estar sin estar, relacionado con la posibilidad de dar argumentos y temas que suponen un grado profundo de tensión y, producidos en el coche, dan la posibilidad de dejarlos "en el aire".

Concreción didáctica

Para una explotación eficaz del anuncio, resulta fundamental considerar y analizar las características y variables del grupo meta. En consecuencia, consideramos que este tipo de actividad podría resultar exitoso en un nivel avanzado, donde se pueda dejar campo libre a las interpretaciones relacionadas con el silencio, las lecturas del contexto, etc.

En cuanto a la secuenciación, existe la posibilidad de explotar el anuncio incluyéndolo en una unidad didáctica o dejarla como actividad abierta, siempre y cuando sean coherentes con unos objetivos concretos.

Funciones lingüísticas: prometer, expresar intenciones, dudar, sorprenderse, apoyar la conversación, utilizar el lenguaje paralingüístico, mirar, ...silencio por respuesta.

Siguiendo el enfoque por tareas en el que, como sabemos los procesos rigen los contenidos, podríamos plantear actividades en las que explotar el campo semántico de "mantener" (un hijo, un coche, una promesa, la palabra, los nervios, etc.).

Como tarea final se podría plantear una actividad titulada "¿Y tú que hubieras contestado?".Los alumnos realizarían un guión, contextualizando la situación, la relación de pareja, el destino, pero sobre todo incluyendo una previsión de lo que podría haber ocurrido en el caso en que ella o él dijeran...

ASELE. Actas XIV (2003). PILAR LLORENTE TORRES y CINTIA FIORILLO. Falsas apariencias
Centro Virtual Cervantes

En esta tarea resultaría fundamental la consideración del lenguaje no verbal: gestos, paralenguaje, distancia física y tiempo de realización (proxémica y cronémica), cumpliendo con nuestro objetivo de no deslindar lo verbal de lo no verbal.

Podríamos haber presentado antes guiones cinematográficos a los alumnos, por ejemplo, el de Pedro Almodóvar de " Hable con ella".

Conclusiones

La diferencia más evidente entre la comunicación verbal y la no verbal consiste en la intervención en ésta última de múltiples signos de carácter no verbal pero de extraordinarias implicaciones comunicativas que casi siempre complementan, matizan y en ocasiones modifican la significación del lenguaje verbal. La conjunción de todos estos factores constituye el marco dentro del cual creemos ha de desarrollarse la competencia comunicativa del alumno de E/LE. Resulta decisivo, por tanto, la inclusión en las programaciones, manuales y materiales didácticos de la comunicación no verbal en las tres dimensiones mencionadas por Poyatos (1994); la kinésica, la cronémica y la proxémica. Habría que añadir el paralenguaje para obtener una imagen homogénea y totalizadora del proceso comunicativo. Por último, estimamos como una fuente inagotable de recursos la Publicidad, ya que en gran medida es un reflejo del hombre contemporáneo que todos vivimos día a día. En efecto, con ella podemos ejemplificar, desarrollar, emular, criticar, ... en cualquier caso construir a través de un proceso de indagación una actitud critica que cimente el conocimiento de la realidad cultural.

"Todo enunciado verbal humano encierra una ambigüedad irreductible que traiciona la sinceridad misma del hablante, que la mayoría de las veces dice lo que no quiere..."[11]

En cambio, la comunicación no verbal siempre nos delata.

[11] Ídem. J.Cencillo y J.L García. Pág. 298.

ASELE. Actas XIV (2003). PILAR LLORENTE TORRES y CINTIA FIORILLO. Falsas apariencias
Centro Virtual Cervantes

BIBLIOGRAFÍA

Aspillaga Pazos, C., (1990) *Capacidad educativa de la publicidad*. Publicaciones Universidad de Piura: Piura.

AA.VV., (1990) *Videoculturas de fin de siglo*. Cátedra: Madrid.

AA.VV., (2003) *Los lenguajes de la expresión.* Aulas de verano. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Instituto Superior de Formación del Profesorado : Madrid.

Benítez Pérez, P., Lavin, A.A.P., (1989) "La comunicación no verbal y la enseñanza del español para extranjeros" en Cable nº5. Difusión: Madrid.

Bernard, M., (1994) *El cuerpo. Un fenómeno ambivalente*. Paidos: Barcelona.

Bühler, K., (1988) *Teoría de la expresión*. Alianza. Madrid.

Carcedo González, A., (1998) "Cultura y patrones de comportamiento: su integración en la enseñanza de la lengua" en *ASELE VII*, Cuenca : Madrid.

Cencillo, L., García, J. L., (1973) *Antropología cultural y psicológica*. Publicaciones de la UCM: Madrid.

Cestero, A. M., (2000) "Comunicación no verbal y desarrollo de la expresión oral en la enseñanza y el aprendizaje de lenguas extranjeras" en *Carabela* nº 47. SGEL: Madrid.

Coronado, M. L., (1996) "Conflictos culturales en la enseñanza de E/LE" en *Frecuencia L* nº 2. Edinumen: Madrid.

Davis, F., (1976) *La comunicación no verbal*. Alianza: Madrid.

Duque de la torre, A., (1998) "Hablar, escribir, entender y ...hacer. La integración de la kinésica en la clase de E/LE" en *ASELE VII*, Cuenca : Madrid.

Eibl-Eibesfeldt, I. (1993) *Biología del comportamiento humano. Manual de etología humana.* Alianza: Madrid.

Escandell Vidal, Mª V., (1996) "Los fenómenos de interferencia pragmática" en Didáctica del español como lengua extranjera. Cuadernos de Tiempo libre, Colección Expolingua. Actilibre: Madrid.

Estévez, Mª., Oliver, P., De la Peña, A., (1998) "La comunicación no verbal" en *Frecuencia L* nº 9, . Edinumen: Madrid.

Fontcuberta, M., Gómez Mompart, J. L.,(1983) *Alternativas en comunicación*. Mitre: Barcelona.

Forment, Mº del Mar., (1997) "La verbalización de la gestualidad en el aprendizaje de E/LE" en *Frecuencia L* nº 4. Edinumen: Madrid.

Herrera Rodrigo, M.,(1999) "Análisis de los elementos no verbales en el discurso académico oral y de su relevancia en el aprendizaje del español como lengua extranjera" en *ASELE X*, Cádiz : Madrid.

Hervás Fernández, G. (1998) *Cómo dominar la comunicación verbal y no verbal*. Playor: Madrid.

Knapp, M. L. (1982) *La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno*. Paidos comunicación: Barcelona.

Kostolany, F., (1977) *Los gestos*. Mensajero: Bilbao.

Marco común de referencia europeo., (2002). Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Anaya: Madrid.

Miquel, L., (1996) "Lengua y cultura desde una perspectiva pragmática: algunos ejemplo aplicados al español". Frecuencia – L . Edinumen: Madrid.

Motos Teruel, T., (1983) *Iniciación a la expresión corporal*. Humanitas: Barcelona.

Poyatos, F., (1994) *La comunicación no verbal*. Vol I*: Cultura, lenguaje, conversación*. Vol. II: *Paralenguaje, kinésica e interacción*. Istmo: Madrid.

Simon, P., Albert, L., (1983) *Las relaciones interpersonales*. Herder: Barcelona.

Soler Espiauba, D., (1989) "La comunicación no verbal" en *Cable* nº3. Difusión: Madrid.

Wolf, M., (1994) *Los efectos sociales de los media*. Paidos: Barcelona.

Wainwright, G. R.,(1991) *El lenguaje del cuerpo*. Pirámides. Madrid.

Zurdo, Mª Teresa. (1994) "El componente no verbal en la interacción comunicativa*" en Revista española de lingüística* nº 24*.* Gredos :Madrid.

ASELE. Actas XIV (2003). PILAR LLORENTE TORRES y CINTIA FIORILLO. Falsas apariencias
Centro Virtual Cervantes