

La ironía como semejanza incongruente

ANA KOČMAN

El instituto "XVI. Gimnazija"
C/ Križanićeva 4a
10 000 Zagreb (Croacia)
E-mail: akocman@gmail.com

LA IRÓNICA COMO SEMEJANZA INCONGRUENTE

RESUMEN: La metodología de la presente investigación ha consistido en un análisis contextual del mensaje literal y el implícito de los enunciados irónicos. El punto de partida han sido las definiciones del contexto realizadas por diferentes autores y dos enfoques teóricos de la ironía: la ironía se produce en un contexto (Grice, 1975); su comprensión requiere el procesamiento del significado literal (Giora, 1999). Defendemos que la ironía verbal se produce cuando el remitente dice explícitamente algo que es similar a lo que da a entender, pero el mensaje implícito y el explícito son al mismo tiempo incompatibles entre sí o uno de ellos resulta incompatible con el contexto.

PALABRAS CLAVES: ironía verbal; pragmática; análisis contextual; significado literal; significado implícito.

SUMARIO: 1. Introducción. 2. Definiciones pragmáticas actuales de la ironía verbal. 3. El marco teórico de la investigación. 4. La teoría de la semejanza incongruente. 5. Conclusiones.

THE THEORY OF INCONGRUENT SIMILARITY

ABSTRACT: The research methodology has consisted of a contextual analysis of the literal message and the implicit one of the ironic statements. The starting point of the investigation has been the definitions of the context made by different authors and two theoretical approaches to irony: irony occurs in a context (Grice, 1975); its understanding requires the processing of the literal meaning (Giora, 1999). We argue that verbal irony occurs when the sender explicitly says something that is similar to what he implies but the implicit and the explicit message are at the same time inconsistent with each other or one of them is inconsistent with the context.

KEY WORDS: verbal irony; pragmatics; contextual analysis; literal meaning; implicit meaning.

SUMMARY: 1. Introduction. 2. Modern pragmatic definitions on verbal irony. 3. The theoretical framework of research. 4. The theory of incongruent similarity. 5. Conclusions.

LA THEORIE DE L'IRONIE COMME SIMILITUDE INCONGRUE

RÉSUMÉ: La méthodologie de recherche a consisté en une analyse contextuelle du message littéral et celui implicite des déclarations ironiques. Le point de l'enquête de départ ont été les définitions du contexte faite par des auteurs différents et deux approches théoriques de l'ironie: l'ironie se produit dans un contexte (Grice, 1975); sa compréhension nécessite la transformation du sens littéral (Giora, 1999). Nous soutenons que l'ironie verbale se produit lorsque l'expéditeur indique explicitement quelque chose qui est similaire à ce qu'il implique, mais l'implicite et explicite du message sont en même temps incompatible avec l'autre ou l'un d'eux est incompatible avec le contexte.

MOTS CLÉS: l'ironie verbale; pragmatique; analyse contextuelle; sens littéral; le sens implicite.

SOMMAIRE: 1. Introduction. 2. Définitions pragmatiques modernes sur l'ironie verbale. 3. Le cadre théorique de la recherche. 4. La théorie de la similitude incongrue 5. Conclusions.

Fecha de Recepción

28/06/2012

Fecha de Revisión

12/11/2013

Fecha de Aceptación

28/12/2013

Fecha de Publicación

01/12/2014

La ironía como semejanza incongruente

ANA KOČMAN

1. INTRODUCCIÓN

Si alguien comenta que *Fernando es tan veloz como una tortuga* estamos frente a un enunciado que se califica de irónico. Hay una incompatibilidad entre lo dicho y la realidad. La explicación tradicional de la ironía consiste en que el emisor da a entender lo contrario de lo que dice, como ocurre en la antífrasis. Sin embargo, la oposición no resulta ser un criterio suficiente para explicar cómo se crean e interpretan los enunciados irónicos, sobre todo porque la ironía no se deriva únicamente de los actos de habla assertivos, sino que una pregunta, una exclamación, una orden o petición pueden ser irónicas.

Los estudios sobre la ironía tienen una larga historia de investigación. Los primeros que se interesaron por el fenómeno fueron los retóricos y los filósofos, luego los teóricos de literatura y más tarde los lingüistas. Con los trabajos de Grice (1975, 1978), Sperber y Wilson (1981), Giora (1995), Attardo (2000) y muchos otros autores se empieza a explicar el funcionamiento de la ironía desde la perspectiva pragmática. Anteriormente al enfoque pragmático el significado de los comentarios irónicos se solía explicar cómo opuesto o diferente del contenido explícito. El problema de estas explicaciones era que se limitaban al contenido proposicional, mientras que la ironía es un fenómeno eminentemente ilocutivo y perlocutivo. La pragmática maneja conceptualizaciones y terminologías que rebasan los niveles literarios y lingüísticos tradicionales y que consideran los elementos extralingüísticos. Dentro del marco teórico pragmático se sitúa la investigación sobre la ironía verbal que hemos realizado analizando enunciados irónicos recogidos en distintas fuentes auténticas de la lengua española. Los resultados de la investigación los hemos presentado como tesis doctoral (Kočman, 2011). El presente artículo es una abreviada representación de los puntos centrales de la tesis y de una nueva teoría sobre la ironía verbal que esperamos que aporte luces sobre la naturaleza de este fenómeno.

2. DEFINICIONES PRAGMÁTICAS ACTUALES DE LA IRONÍA VERBAL

La idea que se suele tener sobre la ironía verbal es que el emisor da a entender lo contrario de lo que dice. Tradicionalmente el significado de los comentarios irónicos se explicaba como la implicación del contenido opuesto o diferente a lo dicho explicitamente. Esta definición no rebasa el contenido proposicional y hay varios enunciados que no se pueden describir de esta manera. Veamos un ejemplo del corpus de nuestra investiga-

ción (Kočman, 2011). En un video del programa “Nada partidarios” de “Intereconomía TV” que se titula “Rafa Nadal, tentado por el PP” y es del 10 de junio de 2008 el ‘clon’ de Nadal dice “Bueno, la verdad es que estoy muy contento tras ganar mi cuarto Roland Garros consecutivo, bien, *está claro que el único que no está en crisis en España soy yo, ¿no?*” Es obvio que el hablante irónico no tiene la intención de comunicar que “el único que está en crisis en España es él”, lo que correspondería a la explicación tradicional. El hablante irónico, más bien, se vale de este enunciado con otra intención comunicativa. Quiere aludir a la compleja situación de crisis en España que es resultado de varios factores políticos y económicos. La meta de la alusión irónica pertenece al ámbito de lo extralingüístico. Este es solo uno de los numerosos enunciados irónicos que representan mucho más que su contenido semántico. La pragmática, a diferencia de otras ciencias, tanto retórico-filosóficas como lingüísticas, dispone de métodos y conceptos que hacen posible el análisis de los elementos fuera del nivel proposicional que intervienen en la generación e interpretación del significado implícito (como los motivos del uso, la actitud y la insinceridad del emisor y diferentes efectos). A continuación representaremos brevemente las teorías pragmáticas más conocidas sobre la ironía.

La teoría de los actos de habla (Austin, 1962) es de especial importancia para todos los estudios pragmáticos, puesto que introduce los niveles ilocutivo y perlocutivo para complementar el análisis que hasta la aparición de la pragmática se basaba en el nivel locutivo. Dicho de otro modo, la TAH genera los conceptos que son imprescindibles para un análisis más amplio que el análisis semántico y sintáctico. Searle (1969), un estudioso de la TAH, da la primera explicación pragmática del fenómeno. En la misma línea del pensamiento tradicional, el autor todavía entiende la ironía como inversión del sentido. Lo nuevo es que la oposición entre el sentido de la frase y el del enunciado se realiza mediante la violación de un principio que regula toda la comunicación. El principio exige que lo que el emisor enuncia siempre debe reflejar su pensamiento. La ironía viola la condición de adecuación del enunciado a la situación.

En 1975 Grice también explica la ironía como violación, pero esta vez como la transgresión del hablante de la submáxima de calidad: “No diga algo que crea falso.” Esta es una de las máximas que constituyen el principio de cooperación que, según Grice, regula toda la comunicación. En su texto posterior (1978) Grice amplía sus reflexiones sobre la ironía y menciona los siguientes rasgos: la ironía es expresión del sentimiento, actitud o evaluación unida con un juicio hostil; como cada sentimiento tiene su tono propio en la articulación no hay un tono específico para ironía; la ironía es disimulo transparente. Este trabajo de Grice ha servido de base a los teóricos posteriores como Sperber y Wilson (1981) y Clark y Gerrig

(1984). Los primeros asumen de Grice la noción de actitud negativa, y los últimos se valen de su idea de disimulo por parte del hablante irónico.

Sperber y Wilson propusieron su teoría en 1981 y la modificaron varias veces a lo largo de los años. La más reciente explicación de la ironía por parte de Sperber y Wilson la recuperamos con Wilson (2006). La ironía verbal es subtipo de un uso ecoico (interpretativo y atributivo) de lenguaje, donde el emisor ecoiza implicitamente, es decir, alude a un pensamiento o enunciado que atribuye a una persona específica, a un tipo de persona, a la gente en general o a sí mismo para expresar su actitud burlona o crítica hacia este enunciado mostrándolo como falso, irrelevante o poco informativo, puesto que ha percibido una discrepancia entre la manera en que este enunciado representa el mundo y la realidad del estado de las cosas. El contenido del enunciado ecoizado se asemeja al de la proposición superficial. Dicho material ecoizado es muy variado. Además del enunciado ajeno inmediato (eco explícito), es posible ecoizar deseos y normas generales y el pensamiento propio del emisor pero que este ha tenido en un momento anterior (eco implícito).

Según la teoría de la pretensión o del fingimiento (*The Pretense Theory of Irony*) de Clark y Gerrig (1984:121) el hablante S habla a la audiencia A, que es el destinatario principal y a A', que es otra audiencia real o imaginada. S finge ser S' que habla a A'. Lo que S' dice es imprudente y digno de desprecio o de juicio negativo. A' no entiende el disimulo, pero A lo entiende de todo: el disimulo, la imprudencia de S', la ignorancia de A', la actitud de S hacia S' y A' y hacia lo que dijo el S'.

Hartung (1998), que llevó a cabo una investigación de la ironía en las conversaciones reales en la lengua alemana, define esta como evaluación negativa de los conocimientos compartidos entre el emisor y el receptor.

Partiendo de las ideas de Kreuz y Glucksberg (1989), Kumon-Nakamura *et al.* (1995) desarrollan la *Allusional Pretense Theory of Discourse Irony*, según la cual la ironía se da si se cumplen dos condiciones, la alusión a las expectativas rotas y la insinceridad pragmática. Kreuz y Glucksberg hablan al principio del *recuerdo* en vez de la *alusión* y en 1995 Kumon-Nakamura *et al.* comprueban mediante experimentos que ambas condiciones deben cumplirse para que se dé el efecto irónico.

Utsumi (2000) desarrolla, en el marco de la pragmática cognitiva, *The Implicit Display Theory of Irony*. Según este autor, la ironía es un fenómeno tan complejo que es imposible definirlo mediante rasgos suficientes. Siempre habrá comentarios que no cumplan todas las condiciones. Por ello, Utsumi propone que se describa el prototipo irónico con sus rasgos y que se admita que los comentarios irónicos varíen en cuanto a su semejanza

con el prototipo. El prototipo del enunciado irónico es un enunciado que señala implicitamente el entorno irónico (*ironic environment*) aludiendo a la expectativa del hablante e implicando la insinceridad pragmática mediante la violación de los principios pragmáticos y mediante las señales irónicas.

Entre las teorías recientes acerca de la ironía son también destacables la de Attardo (2000) y la del grupo GRIALE (Ruiz Gurillo, Padilla García, 2009) puesto que estos investigadores explican la relación de la ironía con el contexto proporcionando criterios acerca de cómo hay que observar el contexto para poder determinar si la intención del emisor ha sido irónica.

Según Attardo (2000), la ironía es una violación relevante de la máxima de la “apropiedad”. Cada comentario irónico es inapropiado en el contexto o en relación con los conocimientos del receptor y, a la vez, es relevante puesto que ha sido expresado con cierta intención por parte del hablante. La impropiedad y la relevancia son dos condiciones que hacen que un enunciado sea irónico. El hablante irónico está violando las máximas del PC pero especialmente la máxima “sea contextualmente apropiado.” Esta es una máxima que no es propia del PC original de Grice (1975), sino que la propuso Attardo (2000:818). El enunciado es apropiado en el contexto si todas sus presuposiciones son compatibles con (o idénticas a) todas las del contexto en que se expresa dicho enunciado. Por tanto, el enunciado irónico es inconsistente en el contexto si evoca presuposiciones que son incompatibles con las del contexto. La ironía depende de la veracidad de los elementos en el contexto.

El enfoque neogriceano de GRIALE (Ruiz Gurillo, Padilla García, 2009) define el significado irónico como la negación de una inferencia a partir del contexto. En cada enunciado irónico obligatoriamente se produce la infracción de la máxima de calidad (el hablante no debe decir algo que crea falso). La violación de la máxima de calidad puede ser acompañada por la inversión de los siguientes principios conversacionales cuya aparición no es necesaria: el principio de cantidad (hay que dar solo tanta información como uno debe), el principio de informatividad (hay que proporcionar información mínima que sea suficiente para conseguir los propósitos comunicativos), el principio de manera (uno debe indicar una situación normal mediante expresiones no marcadas) y el principio de relevancia (hay que ser relevante).

3. EL MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

El objetivo principal de nuestra investigación (Kočman, 2011) era la búsqueda de los rasgos que son inherentes a todos los comentarios irónicos teniendo en cuenta que la ironía es un fenómeno muy heterogéneo. En efecto, los enunciados irónicos varían mucho respecto a su forma verbal.

Durante la investigación aspiramos a esbozar una nueva teoría de la ironía verbal sobre la base de un análisis empírico de comentarios irónicos de distintas fuentes de la lengua española: artículos de los periódicos españoles, libros de Eduardo Mendoza y videos con enunciados irónicos. La metodología que aplicamos al análisis de los enunciados consistió en un análisis contextual y en dos planteamientos teóricos básicos: primero, la ironía es un tipo de enunciado que se da en un contexto (Grice, 1975); segundo, la comprensión de la ironía requiere el procesamiento del significado literal (Giora, 1999). De acuerdo con estos planteamientos elaboramos los pasos de la investigación. Primero, era necesario el análisis contextual del significado literal y, segundo, el análisis contextual del significado implicado. El último paso era la comparación de ambos análisis. Para poder llevar a cabo el análisis contextual era imprescindible revisar la bibliografía sobre el contexto¹ y elaborar la metodología para nuestra investigación. Sin embargo, como no encontramos ninguna metodología del análisis contextual que hubiera sido aplicado a la ironía verbal, diseñamos nuestra propia. Esta era producto de la revisión de las conceptualizaciones generales sobre el contexto y sus clasificaciones propuestas por distintos autores (Casas Navarro, 2004; Kopytko, 2003; Huang, 2007; Escandell Vidal, 1996; Calsamiglia y Tusón, 1999; etc.). A estas clasificaciones hemos añadido los contextos de las funciones del lenguaje (Hernández Alonso, 1995) y la clasificación de los conocimientos compartidos a los que alude el hablante irónico (clasificación propuesta por Hartung, 1998). Veamos la taxonomía de los contextos que elaboramos para la investigación.

Los contextos que intervienen en la creación del significado irónico, es decir, los contextos a los que alude el emisor y que hacen posible la interpretación del enunciado son muy variados. Los dividimos en dos grupos: los contextos que requieren el reconocimiento de las funciones del lenguaje y los contextos culturales. El contexto del conocimiento referencial abarca la información que el receptor entiende como el intento del emisor de informar y de transmitir datos objetivos. Este contexto únicamente exige los conocimientos de la lengua en la que se transmite el mensaje (fonéticos,

¹ La palabra el contexto viene del latín 'contextus' y no es un término restringido al ámbito lingüístico sino que esta palabra designa, en su sentido más amplio, el escenario, el entorno físico, la situación en la que se desarrolla cualquier hecho (Calsamiglia y Tusón, 1999:101). Los pragmáticos están de acuerdo de que es difícil dar una definición precisa y completa del contexto en la lingüística (Huang, 1998; Kopytko, 2003). En los manuales de pragmática se ofrecen dos tipos de descripciones, unas que explican el concepto de manera general y otras que determinan su estructura, o sea, enumeran distintos tipos del contexto. El contexto se define como "todos los rasgos relevantes del entorno dinámico en que se usa una unidad lingüística" (Huang, 1998:13) o, "los elementos físicos en los que se produce un determinado evento comunicativo" (Calsamiglia y Tusón, 1999:101). Escandell Vidal (2006) distingue entre el contexto como "las coordenadas de lugar y tiempo" y el contexto como "las conceptualizaciones del mundo hechas por los hablantes".

morfosintácticos y léxicos, estos últimos en sentido de los significados y de los usos de las palabras). El contexto del conocimiento cognitivo se refiere a la información que incluye el matiz reflexivo por parte del emisor. El contexto del conocimiento afectivo abarca los conceptos que evocan sentimientos, como felicitaciones, lamentaciones, etc. Los contextos de la evaluación positiva y negativa son aquellos que expresan la actitud negativa o positiva hacia algo que el emisor evalúa. El contexto del conocimiento conativo es la información que el receptor entiende como las influencias dirigidas a él. El contexto de la función fática son fórmulas para iniciar, finalizar, prolongar la comunicación o para introducir una respuesta a un enunciado. El contexto del conocimiento poético supone el reconocimiento de las figuras retóricas y de los elementos que embellecen la información. El contexto del conocimiento del uso inadecuado de la palabra le dice al receptor que el emisor ha usado las palabras inadecuadamente respecto a su uso normal. El contexto de la ironía situacional o de la ironía lexicalizada es la información que es irónica en sí. El receptor reconoce la ironía inmediatamente gracias a las pistas textuales sin que haga falta reconocer a la vez otro contexto.

Los contextos culturales del segundo grupo están relacionados con la cultura y son producto del aprendizaje graduado. Son los conocimientos generales sobre el mundo. El contexto físico o espacio-temporal incluye los conocimientos sobre el lugar y la época de la enunciación. El contexto del conocimiento enciclopédico abarca los conocimientos sobre distintas ciencias y los datos accesibles normalmente mediante los estudios. El contexto del conocimiento social son conocimientos sobre los grupos sociales y sus reglas. El contexto del conocimiento cultural específico son conocimientos sobre las costumbres de una cultura específica. El contexto sobre las acciones que son comunes a más de una cultura son los conocimientos sobre las acciones que tienen las mismas consecuencias en distintos países, o que evocan en los lectores las mismas asociaciones. El contexto de las evaluaciones predeterminadas por la sociedad se reconoce como la información acerca de lo que la sociedad tacha como bueno o malo. El contexto de los estereotipos abarca estereotipos culturales y sociales. El contexto del conocimiento actual se refiere a los acontecimientos actuales, los que han sucedido recientemente. El contexto del comportamiento no verbal le permite al receptor reconocer gestos. También existen el contexto del conocimiento individual sobre un amigo o un vecino. Este contexto interviene en las conversaciones entre amigos que comparten ciertos acontecimientos del pasado.

A continuación demostraremos con un ejemplo el procedimiento experimental que seguimos durante la investigación. En un video del programa “Nada partidarios”, del 23 de marzo de 2010, titulado “Clase de lengua, con De la Vega” el hablante irónico finge ser la vicepresidenta del gobierno

español e imparte clases de educación para la ciudadanía. La vicepresidenta les muestra a los espectadores del programa educativo en una pantalla el pretérito imperfecto de indicativo del verbo *ir*. Según De la Vega, el imperfecto tiene las siguientes formas: “yo IVA, tú IVAs, él IVA, nosotros IVAMos, vosotros IVAs, ellos IVAn... a repasarlo bien que en julio tiene que estar aprendido y lo más importante asimilado...”

El contexto que se recupera de lo dicho literalmente es este:

1. Las formas del pretérito imperfecto de indicativo del verbo *ir*, según De la Vega, se escriben con la uve.

Los contextos que subyacen al mensaje literal son los siguientes:

1. Según el contexto del conocimiento referencial, el que exige el conocimiento de gramática, las formas del pretérito imperfecto de indicativo del verbo *ir* se escriben con la *be* y no con la *uve*.
2. Según el contexto del conocimiento cultural específico español el “IVA” es la sigla del impuesto sobre el valor añadido.
3. Según el contexto del conocimiento referencial, en la pronunciación el español no diferencia entre ‘*b*’ y ‘*v*’.

Al analizar y comparar dichos contextos, el literal y el implícito observamos que hay semejanza en la pronunciación entre *yo iba* y el *IVA*, pero cuando De la Vega afirma que *iba* como la forma verbal *iba* es lo mismo que *IVA*, la sigla, se ve que esta afirmación es incongruente y que la emisora ha violado la máxima de calidad. Esto activa el contexto del conocimiento del uso inadecuado de la palabra. La forma de la sigla *IVA* presentada como el pretérito imperfecto del verbo *ir* provoca sorpresa puesto que resalta como inapropiada en el contexto en el que se usa.

4. LA TEORÍA DE LA SEMEJANZA INCONGRUENTE

La teoría de la semejanza incongruente ofrece una nueva manera de explicar las propiedades necesarias de los enunciados irónicos. Se basa en el procesamiento del significado literal y de los contextos a los que alude el hablante irónico. Sostenemos que la ironía se produce si el receptor se da cuenta de que el emisor ha dicho explícitamente algo que es semejante a lo que implica pero que a la vez es incongruente con esto último o con el contexto. Con su enunciado irónico el emisor alude simultáneamente a dos realidades, a una literalmente, y a otra implícitamente. Las dos realidades son semejantes puesto que tienen un fuerte punto de contacto. El emisor dice explícitamente algo que de algún modo es parecido a aquello que implica. Al mismo tiempo las dos realidades son incongruentes.

Algo de lo que el enunciador dice tiene que activar que el receptor se haga consciente de dos realidades, de lo que tienen en común y de la desviación. Por tanto, en el enunciado irónico tienen que existir determinadas palabras o sintagmas que activen este proceso. Puesto que dichas palabras son las que crean el efecto de la ironía y la producen, las hemos denominado *indicadores*, en terminología del grupo GRIALE (Ruiz Gurillo, Padilla García, 2009)², y las distinguimos de las *marcas*. Se trata de las palabras que al interpretarse evocan dos conceptos que tienen el mismo punto de partida pero que a la vez son distintos. El destinatario entiende que la palabra-indicador y la realidad implicada tienen un contexto único en común del que ambos derivan una parte de sus significados y el receptor observa que estos significados son a la vez incongruentes.

Para este contexto que es responsable de la producción de ironía, dado que crea el efecto de la semejanza entre dos realidades, proponemos nuestro propio término puesto que nada similar existe en la bibliografía sobre el tema. Lo llamamos el *contexto-eje* debido a su propiedad de formar una parte esencial de dos realidades, y de ser lo que las atraviesa y les da sentido. Como es sabido, el *eje* es una línea imaginaria o real que atraviesa varios cuerpos que tienen conjuntamente su centro en él. Un ejemplo real sería la barra que une las ruedas de un carro. El *contexto-eje* se comporta como esta barra, pues sostiene otros contextos y hace posible su función, o sea, crea la relación entre ellos y dirige la manera en la que el receptor va a interpretarlos.

Otros contextos responsables del efecto irónico los llamamos los *contextos-laterales*. Ellos giran alrededor del contexto-eje, lo atraviesan y desvían de él. Por tanto, el contexto-eje es aquel contexto/concepto/realidad que el destinatario evoca al encontrar la semejanza entre dos realidades, mientras que los contextos-laterales son aquellos conceptos que él mismo evoca al darse cuenta de las desviaciones de estos del contexto-eje.

Para mostrar los conceptos del contexto-eje y del contexto-lateral, nos serviremos del uso irónico del diminutivo “ladronzuelo”. Si alguien califica a un político con el indicador “ladronzuelo” el mensaje literal contendría el contexto-eje de “ladrón y robar” y el contexto-lateral “poca cantidad”. Pero para que dicho enunciado sea irónico, hace falta que “ladronzuelo” se refiera a algún contexto que tenga el mismo contexto-eje y distinto contexto-lateral del contexto evocado literalmente. Sería irónico, por ejemplo, si el referente, fuera un político que ha malversado fondos de un ministerio. En este caso, se repetiría el contexto-eje de “robar”, pero tratándose de la malversación de los fondos del ministerio, el lector observaría la desviación

² Cabe destacar que únicamente nos valemos de la terminología del grupo GRIALE pero que bajo los indicadores concebimos conceptos distintos a los de los que propone el grupo GRIALE puesto que seguimos distintas metodologías. Véanse nuestra tesis (Koçman, 2011) para una lista de los indicadores de la ironía.

entre “robar poca cantidad” y “malversar”. Un malversador no encaja con la imagen de un ladrón que roba poco, aunque ambos roban.

Veamos ahora la aplicación de la teoría de la semejanza incongruente a un ejemplo de la ironía prototípica. El receptor evoca el contexto situacional. Está lloviendo y el emisor no tiene paraguas, por lo que enuncia “¡Qué bien que he sacado el paraguas!” El análisis del mensaje literal y del contexto situacional demuestra que el receptor evocará los siguientes contextos que lingüísticamente pueden presentarse de estas maneras:

1. Está lloviendo y el emisor no ha sacado el paraguas.
2. Llover es una manifestación del tiempo atmosférico.
3. Cuando llueve lo que nos protege de la lluvia es el paraguas.
4. Conviene llevar paraguas.
5. No conviene estar sin paraguas cuando llueve.
6. Hay que llevar algo para protegerse de la lluvia.
7. De protección podría incluso servir una bolsa, etc.

Sperber y Wilson (1986) afirman que la búsqueda de la relevancia subyace a la interacción comunicativa. Según el principio de relevancia los interlocutores intentan conseguir con el mínimo coste el máximo beneficio de la información. De acuerdo con esto, el receptor seleccionará solamente la información relevante:

1. El emisor dice explícitamente que tiene paraguas.
2. El emisor implica que no tiene paraguas.
3. Esto no es lo más oportuno porque llueve.

La recuperación de los contextos, por un lado, en el contexto situacional, y por otro lado, en el mensaje literal, demuestra la presencia del contexto-eje en ambos: “la lluvia”. En el contexto situacional la lluvia es obvia, pero este contexto-eje igualmente está presente en el mensaje literal. A saber, al decir “he sacado el paraguas” el emisor activa la idea de ‘la lluvia’ porque el paraguas se usa para la lluvia.

En el indicador “he sacado el paraguas” una parte la forma el contexto-eje, “la lluvia”, mientras que la otra parte la hace el contexto-lateral, que es el concepto de “haber sacado el paraguas”. Sin embargo, lo dicho no encaja con el contexto situacional puesto que el emisor no ha sacado el paraguas.

Resumiendo, el indicador es el sintagma “he sacado el paraguas” puesto que este tiene un punto de contacto firme con la realidad extralingüística/ el contexto situacional, es decir con “la lluvia” pues alude inferencialmente a ella, y a la vez lo dicho demuestra una desviación de la realidad extralin-

güística, pues el emisor dice que ha sacado el paraguas pero en realidad no lo ha sacado.

Que la presencia del contexto-eje es imprescindible para que el enunciado suene irónico lo demuestra un sencillo experimento. Hasta ahora hemos visto que lo que el enunciador dice tiene que guardar semejanza con el referente pero a la vez tiene que ser incongruente en algún aspecto con el mismo o con el contexto que rodea al referente. Imaginemos la misma situación pero en la que esta vez el emisor dice “¡Qué bien que he sacado el elefante!”. Dicho enunciado sonaría absurdo y no sería irónico si el contexto del elefante no guardara ninguna semejanza con el contexto de “la lluvia” y si aludiera únicamente al animal zoológico. A saber, en situaciones normales “elefante” y “paraguas” no tienen nada en común. No obstante, es posible que el emisor posea un paraguas con el mango en forma del elefante o un paraguas con el dibujo del elefante y que a veces llame a su paraguas “elefante”. Si el hablante llamara a su paraguas “elefante” él crearía de este modo una relación entre la palabra “elefante” y entre el paraguas. Si el receptor del enunciado “¡Qué bien que he sacado el elefante!” supiera de esta tendencia de su interlocutor a denominar su paraguas “elefante”, entonces él entendería el enunciado como irónico puesto que podría establecer un punto de contacto entre el enunciado y la lluvia.

Por tanto, cabe destacar que la ironía sería posible únicamente si el interlocutor pudiera determinar dicho punto de contacto gracias a los conocimientos que comparte con el emisor, en concreto, el interlocutor tendría que saber que el enunciador ha usado la palabra “elefante” para denominar un determinado paraguas. Los conocimientos compartidos entre los interlocutores son de enorme importancia para el entendimiento de la ironía (Hartung, 1998).

Asimismo, otra propiedad que necesariamente tiene que cumplirse para que el enunciado suene irónico y no absurdo es que exista la desviación del contexto-eje. Si alguien en la misma situación dijera “¡Qué bien que esté nevando!” esto sonaría absurdo si no fuera posible determinar el contexto-eje y a la vez la desviación de lo dicho del mismo. En realidad, decir que está nevando cuando llueve tendría como el contexto-eje el hecho de que tanto “la lluvia” como “la nieve” son manifestaciones del tiempo atmosférico. Sin embargo, entre los dos conceptos no se puede determinar una desviación fuerte puesto que ambos son manifestaciones del mal tiempo.

No obstante, el mismo enunciado “¡Qué bien que esté nevando!” podría ser irónico en la situación en la que está lloviendo, si el día anterior los meteorólogos habían anunciado la nieve, y ahora el emisor ve que el pronóstico no se cumplió.

En este caso, el contexto situacional es el siguiente:

1. Está lloviendo.
2. El meteorólogo anunció la nieve.

El contexto del mensaje literal es: Está nevando.

El contexto-eje en este ejemplo ya no es “la lluvia”, sino “la nieve anunciada por el meteorólogo”. A saber, el emisor pronuncia la palabra ‘nieve’ y con ella alude al pronóstico del otro día cuyo contexto-eje también es la nieve. La lluvia del contexto situacional sirve para que el receptor se dé cuenta de que el emisor ha dicho algo incongruente con lo que ha implicado.

Nuestra teoría asimismo permite explicar por qué la misma realidad puede comentarse irónicamente con distinto material lingüístico. Esto es posible porque un contexto-eje puede combinarse con distintos contextos laterales, o sea, distintos enunciados pueden evocar el mismo contexto-eje, por ejemplo, los conceptos “sol”, “nieve” y “lluvia” pueden ser contextos-laterales del contexto-eje del “tiempo atmosférico”. Todos los contextos-laterales pueden expresarse irónicamente, pero a condición de que el emisor implícitamente aluda a una realidad con la que estos contextos-laterales comparten el contexto-eje y del que a la vez se desvían.

Que un concepto/una realidad puede plasmarse lingüísticamente de distintas maneras lo comprueba la teoría de la mente (Premack y Woodruff, 1978) que dice que los humanos somos capaces de encadenar conceptos, de asociar unos con otros, por ejemplo, “la lluvia” la podemos asociar con una gama de conceptos como “el mal tiempo”, “el agua”, “la fuente de la vida”, con “las flores”, “el paraguas”, “otros objetos que sirven de protección contra la lluvia”, etc.

Veamos estos enunciados. En la misma situación del día lluvioso alguien podría decir: ¡Qué sol tan bonito!, o ¡Me alegra que haga sol!, etc. En ambos enunciados el indicador es el concepto del “sol” o del “buen tiempo”. “La lluvia” sigue siendo el contexto-eje puesto que el lector puede encontrar a la vez una semejanza y una incongruencia entre los conceptos de “la lluvia” y “el sol”. La semejanza estriba en que ambos son manifestaciones del tiempo atmosférico y la incongruencia en el hecho de que “la lluvia” simboliza “mal tiempo”, mientras que “el sol” representa “buen tiempo”. Por tanto, entre “la lluvia” y “el sol” existen los conceptos “bueno” y “malo” que representan una pura oposición, por lo que existe una desviación fuerte del contexto-eje.

Otro interesante ejemplo para representar nuestra teoría es el siguiente anuncio: “*Papaya-régimen: comes todo excepto papaya*”. Este es el ejemplo donde el contexto-eje está presente en el cotexto. El contexto del cotexto “papaya-régimen” se puede describir de siguiente modo: “Existe una dieta que consiste en comer papaya”. El contexto de la parte irónica del enunciado dice literalmente que “Puedes comer de todo excepto papaya.” El contexto-eje es “comer papaya”. Este contexto forma el punto de partida tanto del cotexto como del indicador. El cotexto “papaya-régimen” implica “solo comer papaya” y, por tanto, el cotexto contiene el contexto-eje “comer papaya” y el contexto-lateral “solo”. El indicador “excepto papaya” también incluye el contexto-eje “comer papaya” pero su contexto-lateral es “no comer papaya”.

5. CONCLUSIONES

El objeto principal de nuestra investigación ha sido la búsqueda de los rasgos que puedan ser inherentes a todos los comentarios irónicos teniendo en cuenta que la ironía es un fenómeno muy heterogéneo dado que los enunciados irónicos varían mucho. Para descubrir qué es lo que estos tienen en común y qué los hace irónicos hemos optado por un análisis pragmático del contexto puesto que este es imprescindible para las inferencias del significado irónico.

Lo que crea la ironía son la semejanza y la incongruencia entre lo dicho y lo implicado. En el enunciado irónico, el lector tiene la sensación de que el emisor alude a dos realidades incongruentes que a la vez tienen un fuerte punto de contacto. El grado de la desviación crea la ironía y obliga al lector a inferir otro significado.

Esperamos que nuestra investigación haya constituido una aportación a los estudios de la ironía verbal, sobre todo en el ámbito de la lengua española que todavía no cuenta con muchas investigaciones de este tipo, y que hayamos echado nueva luz a la naturaleza de este emocionante fenómeno.

REFERENCIAS

- ATTARDO, S. (2000): “Irony as relevant inappropriateness”, *Journal of Pragmatics* 32, pp. 793-826.
- AUSTIN, J. L. (1962): *How to Do Things with Words*, Oxford: Oxford University Press. (trad. esp. Genaro R. Carrió y Eduardo A. Rabassi. “Cómo hacer cosas con palabras”, Barcelona: Paidós. 1998.
- CALSAMIGLIA BLANCAFORT, H. y TUSÓN VALLS, A. (1999): *Las cosas del decir*, Barcelona: Ariel.
- CASAS NAVARRO, R. (2004): “Semántica y Pragmática de la Ironía Verbal”. *Letras* Año 75. N° 107-108. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos, pp. 117-141.

- ESCANDELL VIDAL, M. V. (1996): *Introducción a la Pragmática*, Barcelona: Ariel Lingüística. 2006.
- GIORA, R. (1995): "On Irony and Negation", *Discourse Processes*, 15, pp. 239-264.
- GIORA, R. (1999): "On the priority of salient meanings: Studies of literal and figurative language", *Journal of Pragmatics*, 31, pp. 919-929.
- GRICE, H. P. (1975): "Logic and conversation", *Syntax and Semantics*, 3, New York: Academic Press, pp. 41-58.
- GRICE, H. P. (1978): "Further notes on logic and conversation" en Cole, P. (ed.) *Syntax and Semantics*, 9, New York: Academic Press, pp. 113-127.
- HARTUNG, M. (1998): *Ironie in der Alltagssprache: Eine gesprächsanalytische Untersuchung*. Radolfzell: Verlag für Gesprächsforschung. 2002. <<http://www.verlag-gespraechsforschung.de>>.
- HERNÁNDEZ ALONSO, C. (1995): *Nueva sintaxis de la lengua española*. Salamanca: Colegio de España.
- HUANG, Y. (2006): *Pragmatics*, New York: Oxford University Press.
- KOČMAN, A. (2011) *Tesis doctoral: la ironía verbal como semejanza incongruente*, Universidad de Salamanca.
- KOPYTKO, R. (2003): "What is wrong with modern accounts of context in linguistics?", *Vienna English Working Papers*, 12, pp. 45-60.
- KREUZ, Roger J. y GLUCKSBERG, Sam (1989): "How to Be Sarcastic: The Echoic Reminder Theory of Verbal Irony", *Journal of Experimental Psychology: General*, 118 - 4, pp. 374-386.
- KUMON - NAKAMURA, S., GLUCKSBERG, S. y BROWN, M. (1995): "How About Another Piece of Pie: The Allusional Pretense Theory of Discourse Irony", *Journal of Experimental Psychology: General*, 124, - 1, pp. 3-21.
- RUIZ GURILLO, L. y PADILLA GARCÍA, X. A. (2009): *Dime cómo ironizas y te diré quién eres. Una aproximación pragmática a la ironía*, Frankfurt: Peter Lang.
- SEARLE, J. R (1969): *Speech acts*. Cambridge: Cambridge University Press.
- SPERBER, D. y WILSON, D. (1981): "Irony and the use-mention distinction. P. Cole (ed.) *Radical pragmatics*, New York: Academic Press, pp. 295-318
- SPERBER, D. y WILSON, D. (1986): *Relevance: Communication and cognition*. Oxford: Basil Blackwell (trad. esp. "La relevancia. Comunicación y procesos cognitivos.") Madrid:Visor. 1994).
- UTSUMI, A. (2000): "Verbal irony as implicit display of ironic environment: Distinguishing ironic utterances from nonirony". *Journal of Pragmatics*, 32, pp. 1777-1806.
- WILSON, D. (2006): "The pragmatics of verbal irony: Echo or pretence?", *Lingua*, 116, pp. 1722-1743.