

LA COMUNICACIÓN IRÓNICA: EJEMPLO PRÁCTICO DE ANÁLISIS

M^a Ángeles Torres Sánchez
Universidad de Cádiz

I. La comunicación irónica.

Toda comunicación lingüística se basa en el ámbito de la **intencionalidad**. Esto es, el hablante ajusta su actividad a la consecución de un objetivo, y el oyente, para que resulte la comunicación con éxito, debe reconocer adecuadamente esta intención, no sólo mediante los **indicios** en “lo dicho”, sino también a través de “lo no dicho” y que se da por **sobreentendido**, según las **presuposiciones** del hablante (DUCROT, O.: *El decir y lo dicho*, Buenos Aires, Paidós, 1986)¹. El emisor, antes de comunicar, además de hacer consciente su intención o intenciones, establece una serie de presuposiciones o conjeturas sobre su receptor, del tipo

1 DUCROT, en las páginas 15 a 48 de su libro arriba citado estudia y analiza las diferencias existentes entre sobreentendido y presuposición. Brevemente podemos recoger esa diferenciación diciendo que la **presuposición** es anterior o simultánea al mismo acto de la enunciación, donde el emisor juega con un pasado de conocimiento que ya existe a priori, y que el **sobreentendido**, en cambio, es posterior a dicho acto, como agregado por la interpretación del oyente.

- a) condición social del destinatario,
- b) aquello que el oyente conoce y no conoce,
- c) aquello que el receptor puede o no puede ejecutar.

Y esto determina al emisor en la selección de palabras y en la formulación del comunicado.

Y el oyente, a partir de este acto de enunciación, elabora los sobreentendidos posteriores.

GRICE, H.P. (1975), por su parte, establece una distinción fundamental en su teoría de la comunicación cooperativa, entre "lo que se dice" y "lo que se comunica".

"Lo que se dice" corresponde básicamente al contenido proposicional del enunciado, tal y como se entiende desde el punto de vista lógico, y es evaluable en una lógica de tipo veritativo-condicional.

"Lo que se comunica" es toda la información que se transmite con el enunciado, pero que es diferente de su contenido proposicional. Se trata, por tanto, de un contenido implícito que recibe el nombre de implicatura. Las implicaturas conversacionales², que son las que ahora nos interesan, se generan combinando tres clases de elementos:

1. La información contenida en el enunciado
2. Los factores que configuran el contexto y la situación de emisión.
3. Los principios conversacionales.

2 GRICE, H.P. (1975) hace una clasificación básica de las implicaturas en **convencionales** (que derivan directamente de los significados de las palabras y no de factores contextuales o situacionales) y **no convencionales** (que se generan por intervención de principios contextuales y situacionales). A su vez, las implicaturas no convencionales se subdividen en **conversacionales** (cuando los principios que hay que invocar son los que regulan la conversación, esto es, el principio de cooperación y las máximas que lo desarrollan) y **no conversacionales** (cuando los principios en juego son de otra naturaleza, estética, social o moral)

La implicatura se convierte, de este modo, en el camino necesario para "reconstruir" el auténtico contenido que se ha tratado de comunicar y para restaurar, a veces, la vigencia de las máximas conversacionales cuando, aparente y abiertamente, estas han sido violadas.³ De esta manera, la noción de implicatura permite cubrir la distancia que separa "lo que se dice" de "lo que efectivamente se comunica", esto es, explicar un tipo de sentido del que la semántica no puede dar cuenta, y explica la ruptura aparente de las máximas y principios conversacionales en el uso con función lúdica del lenguaje, que es el que en este artículo nos interesa.

Así, el fenómeno de la comunicación lingüística es, desde la perspectiva del hablante, una estrategia encaminada a la consecución de un cierto propósito, y cuyo producto se plantea como problema.

Desde la perspectiva del oyente, son las operaciones que éste debe realizar para resolver ese problema y responder en consecuencia. El éxito comunicativo consiste en la captación por el oyente del sentido real que va asociado a la expresión emitida por el hablante. Pero, para la correcta resolución del problema, son necesarios unos **datos mínimos** en su planteamiento, datos que el oyente tiene que interpretar, y que son básicamente los siguientes:

1. Las formas lingüísticas utilizadas para descubrir el sentido del enunciado y su fuerza intencional o ilocutiva.
2. El contexto, entendido como el ámbito de "lo consabido", la información contextual de situación comunicativa, y el momento espacio-temporal de comunicación.
3. Una competencia lingüística común, en tanto que funcionamiento del mecanismo latente con que generar y comprender las facetas gramaticales de la expresión.

3 Para revisar la teoría de las Máximas Conversacionales, ver GRICE, H.P. (1975).

4. Una competencia comunicativa común, que consiste en la posesión de las normas interactivas y textuales con que los usuarios construyen actos en uno u otro sentido.
5. Un trasfondo de creencias compartidas, es decir, todo el universo de conocimientos a los que la expresión puede aludir.

Todo esto debe mostrar su presencia activa y eficaz en cada momento del desarrollo de la comunicación, y el interlocutor tendrá que interpretarlos a modo de **implicaturas o inferencias**.

En la **comunicación irónica**, o con efecto humorístico, también se ponen en marcha estos mismos elementos y se necesita de todos y cada uno de ellos para que funcione el juego. Así, habrá de existir un *locutor irónico*, que emita un mensaje con una *intención irónica*, y de donde se deba *inferir* un *significado implícito*, a partir de los *índices* o señales transmitidas en y con dicho enunciado. Y, en el otro lado del canal, deberá haber un *interlocutor irónico*, como lo denomina REYES, G. (1979), con capacidades suficientes para inferir ese sentido encubierto, interpretando adecuadamente los índices expresados directa o indirectamente con ese mensaje comunicativo. Esas *capacidades suficientes* a que nos referimos, están constituidas por las competencias lingüística y comunicativa de la lengua y el nivel en que se lleva a cabo la comunicación, que necesariamente ha de ser común y similar en los distintos interlocutores. En tercer lugar, es totalmente imprescindible la existencia de una *base de conocimiento común*, a la cual se remita el receptor para la interpretación correcta de la ironía. En esta base de conocimiento común se incluyen la información comunicativa de contexto o situación espacio-temporal comunicativa, el trasfondo de experiencias compartidas y todo el marco de creencias e informaciones socio-culturales a las que la expresión puede hacer alusión. Y, por último, además de la intencionalidad irónico-lúdica, siempre deben mostrar su presencia clara esos *indicios textuales o contextuales*, que ayuden al interlocutor irónico a captar e interpretar esa carga ilocutiva particular y se produzca el humor.

Normalmente este tipo de mensajes tiene una característica comunicativa especial: produce una **ruptura de las expectativas del receptor**, y este primer desconcierto es el que le obliga a hacer inferencias y suposiciones interpretativas, encaminadas a esclarecer la intencionalidad que ha llevado al hablante a actuar con esa aparente incoherencia en tal contexto y a descubrir el sentido oculto del mensaje. El hablante actúa así porque sigue confiando en que el locutor respeta siempre el **principio cooperativo** que rige toda conversación (GRICE, P.: 1975), y piensa que, bajo esta visible ruptura del mismo, tiene que existir una concreta fuerza intencional y un sentido lógico. Estas irregularidades cooperativas suelen responder a dos razones principales:

- a) Respeto al *Principio de cortesía*, segundo pilar básico de toda actividad comunicativa.

El enfoque de la cortesía propuesto por LAKOFF, R. (1973) constituye el primer intento de extender la idea de “regla” de la gramática para dar cuenta de la adecuación pragmática. Dos son las reglas principales propuestas por esta autora.

1. Sea claro
2. Sea cortés

La primera quiere expresar el mismo tipo de contenido que las máximas que desarrollan el principio de cooperación de Grice, y va dirigida fundamentalmente a asegurar una transmisión eficaz de la información; la segunda recoge la faceta de la relación interpersonal. La **cortesía** se entiende como un mecanismo que intenta reducir las tensiones creadas en la interacción. La regla “Sea cortés” presenta tres posibilidades o modalidades diferentes:

- a. No se imponga
- b. Ofrezca opciones
- c. Refuerce los lazos de camaradería.

Cada una de estas reglas tiene un ámbito de aplicación determinado, de acuerdo con cuál sea el grado de relación existente entre los interlocutores.

LEECH, G. (1983) en su teoría de la **cortesía** no establece reglas, sino que propone un principio de cortesía, desarrollado en una serie de máximas, al estilo de Grice, y como complemento de sus principios conversacionales. Para Leech, la relación existente entre los interlocutores impone una serie de selecciones que determinan la forma del enunciado y matizan su significación. Los objetivos de la comunicación pueden manifestarse en dos direcciones: o bien se trata de mantener el equilibrio existente, o bien de modificarlo para mejorar la relación o aumentar la distancia. La **cortesía** es, precisamente, el principio regulador de la distancia social y su equilibrio, y gracias a ella mantenemos o disminuimos la distancia social. Es el punto de referencia que nos permite medir la adecuación entre el enunciado y el grado de distancia social que media entre los interlocutores. Este mismo autor hace también una clasificación de la cortesía en **cortesía negativa**, que consiste en minimizar la descortesía de las ilocuciones descorteses, y la **cortesía positiva**, que trata de maximizar la cortesía de las cortesías. La primera es imprescindible para mantener las buenas relaciones, aunque la segunda es secundaria.

El intento actual más elaborado y estructurado para explicar los motivos y el funcionamiento de la cortesía en las lenguas es la teoría expuesta por BROWN y LEVINSON (1987). Estos autores parten del supuesto de que toda sociedad tiene que controlar la agresividad de sus miembros, a la vez que intenta canalizar ese potencial de agresividad como instrumento de control interno y como fuerza de la que servirse en las relaciones competitivas con otros grupos sociales. Consideran que la cortesía es tan importante en la comunicación como el conocer la lengua. Esto está relacionado con los dos aspectos del ser, que son los que lo hacen humano:

- el ser racional
- el tener "face", que podríamos traducir como "dignidad personal" o "personalidad", con un valor emocional.

Relativos a la "face" existen dos tipos de deseos, uno *negativo*, esto es, el ser humano se niega a recibir imposiciones de nadie y

defiende su libertad de acción, y otro *positivo*, que es el deseo de ser aceptado por los demás. ser aprobado, apreciado e incluso admirado. En relación con este doble aspecto positivo y negativo del ser humano, Brown y Levinson diferencian **dos tipos de cortesía**, una positiva y otra negativa

La *cortesía positiva* es la que supone la expresión de la solidaridad y la preocupación de los oyentes por ser considerados dentro de una sociedad; aquí se incluyen estrategias del tipo:

- darse cuenta y atender al oyente,
- exagerar el interés o simpatía por el oyente,
- defender el punto de vista común,
- ser optimista,
- o asumir y afirmar la reciprocidad,

La *cortesía negativa* es aquella con la que se intenta preservar la esfera de la propia individualidad y, al mismo tiempo, la cara pública del oyente. Esta responde, por ejemplo, a los siguientes imperativos comunicativos:

- dale opción al oyente de no llevar a cabo el acto
- minimiza la amenaza,
- sé pesimista
- discúlpate
- o disocia hablante-oyente de una intención particular

Estas teorías sobre la cortesía explican los lenguajes indirectos, sobre todo en mensajes que poseen, en uno u otro sentido, una intencionalidad impositiva (órdenes, mandatos, “ironía de poder” según REYES, G. 1990)

- b) Otras irregularidades o violaciones del principio de cooperación en toda comunicación pueden responder a la intención del emisor de producir humor o ironía, como consecuencia del extrañamiento ocasionado, de la ruptura de expectativas del oyente, quien en ese momento pensará que el hablante quiere decir otra cosa diferente de lo que

reflejan sus palabras, y realizará una implicatura. Hacer juegos de palabras, hablar irónicamente, manipular sonidos en lugar de sentidos, escribir poemas, inventar diálogos posibles, o, en general, “no hablar en serio”, son actividades que parecen desafiar las normas de cooperación lingüística, pero en realidad las presuponen y refuerzan.

En el siguiente texto oral vamos a reflexionar sobre todo el proceso comunicativo llevado a cabo, para destacar aquellos momentos de la conversación donde se ha producido un efecto lúdico, e intentar analizar los elementos de la misma que han hecho posible el juego lúdico-irónico en cada caso, esto es, los **indicios** que existen en o con el mensaje para promover en el receptor la interpretación irónica.

El texto que vamos a analizar no ha sido seleccionado por sus características irónico-humorísticas, ya que la intencionalidad u objetivo a priori del mismo no es el efecto cómico, sino que es simplemente un fragmento de la transcripción correspondiente a la grabación del programa radiofónico “Protagonistas”, emitido por la cadena COPE el día 17 de junio de 1988 desde Barcelona. Este gira en torno a una tertulia mantenida entre varios individuos que comentan, de forma distendida, una serie de acontecimientos de actualidad. En el coloquio intervienen varios periodistas, lo cual podemos interpretar sociolingüísticamente como pertenecientes al registro medio-alto de la lengua española.

Por otra parte, este texto, pese a estar basado no exactamente en una conversación directa real, sino en un programa de un medio de comunicación público, responde a las características de todo **coloquio real** que establece CRIADO DE VAL, M. (1980). como el ser un lenguaje oral donde se da una participación y función común y directa de dos o más interlocutores, donde no hay linealidad. esto es, cada interlocutor alterna su relación con el mensaje y la secuencia que procede de su propio pensamiento y de su propia situación, de ahí las acumulaciones e inferencias, es dinámico, en cuanto al mantenimiento durante toda la secuencia del mismo de una

- P.C.:** No, no, no, no, pero verás, me refiero...recuerdo que Morán que es una persona desastraaaada. ¿eh?, que nunca se da cuenta qué falta...
- A.S.:** ⁵ Con el cigarrillo en la boca...
- 10 **P.C.:** ...cuanto más así sea, desde luego, más me divierte ⁶. Y de Fraga lo que más nos divierte a todos es cuando pierde los papeles y empieza a decir barbaridades por esa boca y a lanzar todo tipo de venablos.
- 15 **A.S.:** ⁷ Tal cual es...
- P.C.:** A mí es cuando más me enternece, me enternece.⁸
- J.A.:** De todas formas la imagen es una batalla contemporánea. Eso no está sólo en los políticos, está en todos los ambientes, en los ámbitos...de las empresas privadas y
- 20 **J.A.:** públicas, en los ámbitos de los escritores, de los intelectuales, de cualquier forma de...de existencia...en el mundo contemporáneo hoy, no sólo en España, desde luego.
- 25 **L.O.:** ¿Qué lidera el asesor?, ¿quién es el señor Sanchís? Me parece...Sanchís, Sanchís ha fichado por Alberto Escámez, ¿no?
- P.C.:** Sí, Alfonso Escámez.
- L.O.:** Alfonso Escámez.
- 30 **P.C.:** Sí, sí, hace una semana o así...

5 Interrumpe la conversación y habla al mismo tiempo.

6 Habla muy rápidamente.

7 Interrumpe la conversación y habla al mismo tiempo que el anterior interlocutor.

8 Se escuchan risas de los interlocutores

- L.O.:** Si fuerais vosotros asesores de imagen, ¿qué le diríais al señor Escámez?
- A.S.:** Yo quiero, lo que quiero...estoy de acuerdo con
35 Pilar...naturalidad, o sea. yo potenciaría...porque si no los...están mal, si no están...el señor que interviene públicamente. que le hacen hacer, representar el papel que no es, lo hace muy mal, porque no son actores. Es decir, el éxito es la explotación consciente de las condiciones que tiene uno.
- 40 Hay que acentuar un poco, pues, el defecto y la parte graciosa, aunque sea caricaturesca.
- J.A.:** Pero yo creo...Morán era, tú
- 45 dices no, Morán era un hombre antipático.
- L.O.:** Antonio, imagínate...
- P.C.:** ⁹ ¡Antipático!. Muy divertido, ¿no?...
- L.O.:**...Imagínate Antonio, que eres el asesor de Mario
50 Conde, ¿Qué...qué primera recomendación le haces? Hombre, como asesor de imagen.
- A.S.:** Mmmmmm, él tiene una imagen.. clara...
- L.O.:** ¹⁰ Que lleve pistola.
- 55 **A.S.:** ...tiene una imagen ..
- L.O.:** Y por potenciar esa imagen ..
- A.S.:** ¡Claro!, que diga frases de...
- L.O.:** ... de mafioso.

9 Interrumpiendo la conversación y hablando al mismo tiempo

10 Sucesión de interrupciones por parte de los dos interlocutores

asesor de imagen inteligente, es acercarse en la medida de lo posible a los intelectuales, o a lo que sea.

90 **A.S.:** ¿A dónde irá?...

J.A.: Digo los profesionales de prensa, digo ciertos poderes autonómicos, cierta gente que de repente le interesa mucho conocer a Mario Conde y que no, de repente, ni se le ocurre, ni tiene tiempo.

95 Yo pienso que los asesores de imagen no están tanto en decir, eh..., a los, a sus clientes, cómo deben ponerse la corbata, o qué traje deben ponerse, sino con qué gente deben relacionarse.

100 **P.C.:** ¡Claro!, por eso...

J.A.: ¹⁴ Es por ahí.

P.C.: ... lo que están haciendo estos días los tres asesores de los tres sectores que estamos hablando, es potenciar muchísimo encuentros con periodistas. Es un primer acercamiento, ¿no?, de...de conocer a la persona que tienes enfrente. Pero luego, en el caso de Mario Conde, yo no estoy de acuerdo contigo, en que quiera potenciar su...su encuentro con intelectuales.

110 **J.A.:** ¹⁵ No, no si no digo eso.

P.C.: No, no.

J.A.: Encuentro en verbigracia.

115 **P.C.:** No, no creo que ellos van a otra cosa. y lo apuntaba en su comentario de hoy Fernando Onega, y yo creo que Mario Conde lo que quiere es ser el superbanquero

14 Cortando la intervención del anterior interlocutor, y hablando al mismo tiempo

15 Interrumpiendo la conversación y hablando al mismo tiempo

- del noventaids, el europeo. Y ya veréis cómo vamos a empezar a ver a Mario Conde en avioneta por ahí adelante, arri...más arriba de
- 120** los Pirineos. Me da la impresión que por ahí van a ir los tiros.
- J.A.:** Pero, más tarde o más temprano, una fotografía con Alberto Moravia y Carmen Yera...
- A.S.:** ¹⁶ Ya ha hecho
- 125** algo.
- J.A.:** ...puede hacer fórmula en el "Hola", puede hacer fórmula, esos son dividendos de la bolsa final de la vida, yo creo.
- L.O.:** Y el asesor de imagen del
- 130** señor Hernández Mancha, que es Alfredo Fraile, ¿qué?, ¿qué le dirá? ¿Qué primera recomendación le dará?
- A.S.:** ¡Qué difícil!
- J.A.:** Lo tiene muy mal, muy
- 135** crudo, porque...el conflicto de Hernández Mancha es que quiere asumir él en todo caso, que quiere asumir el papel tradicional de la derecha española tradicional, y ese ya lo tiene asumido Felipe González en cierta medida.
- 140** **P.C.:** Bueno...
- A.S.:** Pero luego, para la derecha tradicional española, la derecha conservadora, la derecha bien, es horrible, tiene aspecto de muchacho para mandarle a los recados,

¹⁶ Habla al mismo tiempo.

- 145 es decir, para que te vaya a buscar el café y el paquete de tabaco, es...es horrible...Para las duquesas era mejor Fraga, que tenía morbo.
- J.A.:** No es que era, es, es...es ..Pero Fraga era un señor con un aire, un poco...tenía morbo, ¿no? mmmmmmm tenía un cierto morbo, era como los de Lorens¹⁷, como el...el que guarda el jardín y tal... ¿no?
- 150 **J.A.:** Manuel Fraga, además Fraga siempre te abandona a las doce menos cinco de la noche, que también tiene morbo...
- 155 **??:** Sí.¹⁸
- P.C.:** Lo que quieras llegar a...a ..a. lo que quieras conseguir con Fraga has de conseguirlo antes de las doce menos
- 160 cinco de la noche, tanto si eres periodista como si eres señora cortesana, ¿no?
- J.A.:** Es muy difícil...es muy difícil arreglar la imagen a Hernández Mancha.
- 165 **P.C.:** Bueno, vamos a ver, yo estuve ayer almorzando con él, y me llevé una sorpresa buena, porque le he encontrado. eh..., en un..., con un talante muy autocrítico con lo que ha pasado, y además, eh..., potenciando un poco lo que decía antes, sus defectos. Decía "yo que soy enano bajito, no sé

17 "Lorens" es una serie de televisión. bastante conocida en los años ochenta, y donde aparece el mundo y la vida de una familia rica con quien trabajan numerosos sirvientes, jardineros, etc.

18 Nos es imposible identificar la persona a quien corresponde esta respuesta.

dentro de cada bloque, comentar los momentos de la comunicación en los que se manifiesta esa intención lúdico o irónica.

Primer bloque (Línea 1 a línea 48)

En la **línea 1** se hace referencia a Morán, y la respuesta del interlocutor A.S. "¡Tú tienes morbo!". en principio podría parecer irrelevante e inadecuada contextualmente, en relación con el mensaje inmediatamente anterior. Pero esta ruptura de expectativas es síntoma de la intención irónica del emisor A.S. El índice que marca irónicamente esta comunicación es esa información sociocultural o trasfondo de creencias compartidas que gira alrededor del personaje referido "Morán", y que está en la mente de todos los hablantes nativos hispanos. Si sabemos que este hombre, antiguo ministro socialista de asuntos exteriores, era muy conocido por su aspecto desastrado, despistado y no especialmente inteligente, y que alrededor de él surgieron una gran cantidad de chistes y juegos de humor entre los españoles, podremos sin duda entender la ironía que se contiene en ese enunciado de "¡Tú tienes morbo!".

En la **línea 7** juega un papel importante el índice de carácter prosódico, el alargamiento de la cantidad de la vocal, para destacar y marcar algo humorísticamente la palabra "desastrado", referida a Morán.

En la **línea 16** se produce otro enunciado que extraña al receptor, y que, en este caso, principalmente por medio de índices lingüísticos, de carácter prosódico, por una parte, y semántico-pragmáticos, por otra, marcan el enunciado como inapropiado para el contexto lingüístico en que se emite. al estar hablando de un político o personaje público. Fraga, del que el locutor dice que "le enternece", sentimiento que no es normal pretender que produzca un político, y en principio rompe las expectativas del receptor al escuchar este comentario en este contexto temático.

El enunciado comentado anteriormente es la clave del humor de toda esta secuencia, hasta la línea 54, pero podríamos también

notar el elemento antitético de la **línea 48**, “¡Antipático!. Muy divertido, ¿no?”, que basa su ironía en índices lingüísticos, en un primer plano, pero fundamentalmente en índices pragmáticos, en un segundo plano, donde se hace referencia al campo de experiencia interpersonal entre los interlocutores, y al mismo tiempo al ámbito sociocultural común.

Segundo bloque (línea 49 a línea 129)

En la siguiente secuencia, desde la línea 49 a la 129, se producen numerosos enunciados con intención irónica, y todo gira alrededor de un personaje que, curiosamente, en el momento de la emisión de este programa no contenía en sí tanta carga sociocultural en la mente de los españoles como puede tener hoy para nosotros y todos los que conocen el escándalo financiero producido en Banesto, en este año 1994, del que era director Mario Conde.

El primer juego de ironía se produce en la **línea 54**, donde se juega con el aspecto físico de este personaje, lo que produce así el juego humorístico, hoy incluso mayor por las circunstancias histórico sociales apuntadas. Nos referimos al fragmento de que el asesor de imagen debería aconsejarle “Que lleve pistola”, que completa el juego en la **línea 59** diciendo “que diga frases de mafioso”. En toda esta comunicación, el índice que marca la intencionalidad irónico-humorística de los emisores es de tipo pragmático socio-cultural, y sólo si se conoce la apariencia física de Mario Conde se podrá entender e interpretar adecuadamente el juego de sentidos.

En las **líneas 64 y 65**, concluyendo con el comentario de “son dos argumentos muy convincentes”, se recoge otro momento clave del juego comunicativo. La inadecuación semántica de la palabra “argumento”, que siempre hace referencia a “razones lógicas”, se refiere en este caso al aspecto físico de Mario Conde de mafioso, y al hecho de llevar pistola, pero ninguna otra razón de tipo intelectual ni lógica; esta contradicción semántico-pragmática produce manifiestamente la risa entre los interlocutores. El juego de sentidos se va completando en los enunciados siguientes, con los comentarios que

se hacen en relación a las sevillanas, al tango y a aventuras con señoras cortesanías, comentarios todos ellos que, para entender como irónicos, hay que remitirlos a informaciones socio-culturales comunes a los hablantes hispanos.

En la **línea 78**, el enunciado voluntariamente “no informativo”, esto es, el decir “Y no digo quién”, deja abierto el campo interpretativo, produciendo un **sobreentendido**, que en este caso remite al campo de conocimiento personal común entre los interlocutores, pero que los receptores que no participen de este dominio común no podrán descifrar.

El último elemento con carácter irónico-humorístico, basado también en un índice de naturaleza socio-cultural del mundo español que vamos a destacar, está en la **línea 126**, en el término “Hola”. Este se refiere concretamente al nombre de una revista del corazón, de edición nacional, y que todos los españoles conocemos, especialmente porque en sus páginas se pueden leer todos los cotilleos sobre las vidas íntimas de la gente famosa. En esa misma línea recogemos el enunciado “esos son dividendos de la bolsa final de la vida”. Es curioso destacar aquí el empleo del lenguaje bancario y económico para hablar de la vida privada de este banquero, Mario Conde, juego de sentidos que también producirá ese efecto de extrañamiento en el receptor, y el consecuente placer cognitivo.

Tercer bloque (línea 130 a 188)

De la **línea 130 hasta el final del texto**, temáticamente va a girar en torno a dos personajes, representantes de la derecha política española, Hernández Mancha, entonces presidente del Partido Popular (PP), que además en ese momento estaba pasando por una serie de divisiones y problemas internos del partido, y Manuel Fraga, expresidente del mismo partido. Alrededor de ambos se van a llevar a cabo juegos de humor e ironía, que pasamos a analizar a continuación.

Tras la pregunta en la línea 132 sobre qué le dirá el asesor de imagen a Hernández Mancha, A.S contesta, pero sin responder y

con un recurso lingüístico de sorpresa "¡Qué difícil!", recurso que además en este contexto comunicativo, está cargado de una fuerte intención irónica.

Tan sólo unas líneas más abajo, 139, aparece el enunciado "ése ya lo tiene asumido Felipe González en cierta medida", para con el deíctico inicial hacer referencia al "papel de la derecha española". Si compartimos el conocimiento común con ellos de que Felipe González es socialista, y no de derechas, apreciamos la contradicción de sentidos en que se basa el humor, y donde se hace indirectamente una crítica al presidente del gobierno español y a su política demasiado de derechas.

En las líneas 144 y 145, el juego humorístico se hace directamente, por el recurso lingüístico de una comparación de Hernández Mancha con "el chico de los recados", donde se juega otra vez con el aspecto físico de este político. Está, pues, el humor aquí basado en un índice lingüístico, semántico, pero donde se requiere una información externa a la misma comunicación, el aspecto físico de este personaje, lo cual lleva el juego otra vez al ámbito pragmático.

En la secuencia siguiente, entre las líneas 149 y 161, se juega con el otro personaje político, Manuel Fraga, en dos puntos, especialmente. En el primero se le compara con el jardinero de una serie televisiva, llamada "Los Lorens". Se necesita, pues, esta información sociocultural sobre esta serie de televisión, contexto pragmático externo, para entender el humor. Y, en segundo lugar, se dice que "lo que quieras conseguir con Fraga has de conseguirlo antes de las doce menos cinco de la noche", jugando así con una referencia también sociocultural externa, como es el cuento de Cenicienta. Fraga es aquí como una Cenicienta que a las doce perderá todo su encanto y volverá a su triste y pobre realidad.

Y, por último, tras los enunciados de las líneas 169 a 173, donde se reproducen en estilo directo las siguientes menciones del propio Hernández Mancha,

- Decía: “yo, que soy enano. bajito - no sé qué, eh...- que soy antipático, que hablo mal, que no me entero de las cosas de este país...”,

se concluye con el enunciado típicamente irónico “¡Qué bien lo estás poniendo!”. He dicho típicamente irónico, pues presenta lingüísticamente la estructura y forma de los ejemplos que tradicionalmente se han considerado como irónicos, y donde, según la definición tradicional de ironía, el sentido figurado del enunciado “quiere decir” lo contrario de lo que realmente “se dice”. La oposición en este caso sería clara entre los términos contrarios “bien”, que es lo que se dice, y “mal”, que es lo que se quiere decir y que, irónicamente, hay que interpretar. La ironía, en este caso, está marcada por este índice lingüístico, referido al contexto comunicativo anterior.

En conclusión, hemos observado que en todos los casos de comunicación y enunciados irónicos existen índices, bien de naturaleza prosódica, morfo-sintáctica a veces, semántica y sobre todo, en todas las ocasiones, pragmáticos, que marcan los enunciados como inapropiados contextualmente para obligar y ayudar al interlocutor a interpretarlos no literalmente, sino con otra intencionalidad y sentido irónicos. Esta correcta interpretación producirá la risa y el placer del juego, tanto en el emisor como en los receptores. Si falta en el interlocutor la competencia común, lingüística, personal o sociocultural, necesaria para saber interpretar esos índices que marcan el mensaje, no se producirá el efecto perseguido, y el juego irónico resultará fallido, como puede y suele pasar con interlocutores extranjeros. Pero este último aspecto del tema, en cuanto a los límites de juego irónico y los problemas planteados en la adquisición de segundas lenguas, será objeto de otra redacción.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- BOOTH, W.C. (1986), *Retórica de la ironía*, Madrid, Taurus Humanidades.
- BROWN, P. y S. LEVINSON. (1987), *Politeness. Some Universals in Language Use*, Cambridge, Cambridge University Press.
- CRIADO DE VAL, M. (1980), *Estructura general del coloquio*, SGEL, Madrid.
- DÍAZ MINOYO, G. (1977), "El funcionamiento de la ironía", en *Espiral Revista* 7, pp. 45-69.
- DYJK, T. van (1980a), *Estructuras y funciones del discurso*, Madrid, Siglo XXI.
- (1980b), *Texto y contexto: Semántica y Pragmática del discurso.*, Madrid, Cátedra.
- DUCROT, O. (1986), *El decir y lo dicho*, Buenos Aires. Paidós, 1986.
- GRICE, P. (1975), "Logic and Conversation". COLE y MORGAN, *Syntax and Semantics 3. Speech Acts*, New York, Academic Press.
- HAVERKATE, H. (1985), "La ironía verbal: Análisis pragmlingüístico", *Revista Española de Lingüística*, 15, pp. 343-387.
- LAKOFF, R. (1972), "Language in Context", *Language* 48, pp. 907-927.
- (1973), "The Logic Politeness, or Minding your P's and Q's", *Proceedings of the Ninth Regional Meeting of the Chicago Linguistic Society*. pp. 345-356.
- LEECH, G.N. (1983). *Principles of Pragmatics*, London, Longman.
- LEVINSON, S. (1983), *Pragmática*, Barcelona, Teide.

REYES, G. (1979). *Polifonía Textual*, Madrid, Gredos.

-(1990), *La Pragmática Lingüística*, Barcelona, Montesinos.

STEMPEL, W. (1976), "Ironie als Sprechhandlung", en Preisendanz, W. y Warning, R., *Das Komische*, Munich, Fink, pp.205-236.

WARNING, R. (1976), "Ironiesignale und ironische Solidarisierung", en *Das Komische*, Preisendanz W. y R. Warning (ed.), Munich, Fink, pp. 416-422.

RESUMEN

Toda comunicación lingüística se basa en el ámbito de la intencionalidad, pues el hablante ajusta su actividad a la consecución de un objetivo, y el oyente, para que resulte con éxito dicha comunicación, debe reconocer adecuadamente esta intención: esto se hace no sólo mediante las formas lingüísticas utilizadas en el mensaje, sino también a través de lo que se sobreentiende del contexto, de las competencias lingüísticas y comunicativas comunes a los interlocutores o del trasfondo de creencias y conocimientos compartidos a los que la expresión puede aludir. En la comunicación irónica también se ponen en marcha estos mismos elementos, y se necesita de todos y cada uno de ellos para que funcione el juego. En este artículo intentamos analizar sobre un texto oral transcrito los indicios textuales y contextuales que confieren a veces el carácter irónico a la conversación.

ABSTRACT

All linguistic communication is based on the intention of the speaker and the listener's understanding of it. The speaker adapts his speech to achieve an objective and the listener must be able to understand this purpose. This is achieved not only through the linguistic forms used in the message but also through its underlying context, the linguistic and communicative competence shared by the interlocutors and a background knowledge and experience which the expression may allude to. Communicating irony also assumes such elements and each and everyone of those are necessary to "play the game". The intention of this article is to analyse, via the transcription of an oral text, the textual and contextual indications which can at times give rise to an ironic character to a conversation.

RÉSUMÉ

Toute communication linguistique s'appuie sur le cadre de l'intentionnalité, puisque le locuteur adapte son activité à la réalisation d'un objectif, et l'auditeur doit reconnaître convenablement cette intention pour que la communication réussisse; ce qui se fait non seulement grâce aux formes linguistiques utilisées dans le message, mais aussi à travers ce qu'on sous-

entend du contexte, á travers les compétences linguistiques et communicatives communes aux interlocuteurs ou á la structure de base des croyances et des connaissances partagées auxquelles l'expression peut renvoyer. Ces mêmes éléments se mettent en marche dans la communication ironique, et on a besoin de chacun d'eux pour que le jeu fonctionne. Dans cet article nous exxayons d'analyser sur un texte oral transcrit, les indices textuels et contextuels qui confèrent parfois une nature ironique á la conversation.