

Ruiz Gurillo, L. (2010): "Las 'marcas discursivas' de la ironía". En Cifuentes, J. L., A. Gómez, A. Lillo, J. Mateo y F. Yus (eds.): *Los caminos de la lengua. Estudios en homenaje a Enrique Alcaraz Varó*. Alicante, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Alicante.

## LAS "MARCAS DISCURSIVAS" DE LA IRONÍA<sup>1</sup>

LEONOR RUIZ GURILLO

Universidad de Alicante. Grupo GRIALE

[Leonor.Ruiz@ua.es](mailto:Leonor.Ruiz@ua.es)

### ABSTRACT

This article examines discourse markers as ironic markers in Spanish. The GRIALE group (<http://www.griale.es>) has investigated the markers and indicators of irony, according to a neo-gricean interpretation (see Levinson 2000, Rodríguez-Rosique 2009, Ruiz-Gurillo & Padilla. eds. 2009). As opposed to other pragmatic models, such as echo in Relevance Theory (Wilson & Sperber 2004, Wilson 2006), a neo-gricean explanation shows that irony is a PCI that reverses pragmatic principles (Q>M>I). The transgression of Quality may alter the standard works of Conversational Principles through e.g. discourse markers. An ironic statement in Spanish may show several markers and indicators (prosody, laughter, quantifiers, phraseological units, polysemy, etc.). Discourse markers may guide ironic inferences through their meanings: opposition, consequence, agreement, etc.

### KEYWORDS

Discourse markers, irony, neo-gricean interpretation, inference

### RESUMEN

Este artículo examina los marcadores del discurso como marcas de ironía en español. El grupo de investigación GRIALE (<http://www.griale.es>) ha investigado los indicadores y las marcas de la ironía, de acuerdo con una interpretación neogriceana (véase Levinson 2000, Rodríguez Rosique 2009, Ruiz Gurillo y Padilla eds. 2009). En contraposición a otros modelos pragmáticos, tales como el eco en la Teoría de la Relevancia (Wilson y Sperber 2004, Wilson 2006), la explicación neogriceana muestra que la ironía es una ICP que invierte los principios pragmáticos (C>M>I). La transgresión de la cualidad puede alterar el trabajo estándar de los principios conversacionales por medio de, por ejemplo, los marcadores del discurso. Un enunciado irónico en español puede mostrar diferentes indicadores y marcas (prosodia, risas, cuantificadores, unidades fraseológicas, polisemia, etc.). Los marcadores del discurso pueden guiar las inferencias irónicas a través sus significados: oposición, consecuencia, acuerdo, etc.

### PALABRAS CLAVE

Marcadores del discurso, ironía, interpretación neogriceana, inferencia

## 1. Introducción

En este artículo vamos a observar el funcionamiento de los marcadores discursivos en diversos enunciados irónicos. Como directora del grupo de investigación GRIALE, que forma parte del IULMA, Instituto en el que tanto empeño puso nuestro compañero Enrique Alcaraz, espero dar buena muestra de la labor investigadora que desempeñamos y estar a la altura del investigador de ley que siempre fue nuestro compañero.

En el grupo GRIALE (Grupo de la Ironía. Alicante, Lengua Española) nos hemos dedicado en los últimos años a estudiar cómo funciona la ironía. Así lo hemos plasmado en diversas publicaciones, entre las que destaca la de Ruiz Gurillo y Padilla (eds.) (2009). Ahora bien, los marcadores discursivos no han recibido hasta el momento la atención necesaria. Dada la base teórica desarrollada hasta el momento, toca ahora prestarles atención y observar su funcionamiento. En primer lugar, acotaremos la noción de ironía de la que partimos y la función de las marcas de ironía (§ 2). A continuación observaremos a partir del corpus de ejemplos recogidos en la base de datos de GRIALE los aspectos concretos que afectan a los marcadores discursivos como marcas de ironía (§ 3). Estos ejemplos proceden, principalmente de los corpus CREA, Val.Es.Co. y ALCORE<sup>2</sup> y de la prensa escrita y han sido incorporados a la base de datos diseñada por GRIALE. Todo ello nos permitirá proponer diversas conclusiones e integrar dichos elementos dentro del análisis propuesto para la ironía como hecho pragmático del español (§ 4).

<sup>1</sup> Este artículo ha sido posible gracias al Proyecto de Investigación FFI2008-00179/FILO "Aplicaciones a la clase de español como lengua extranjera de la ironía y el humor", financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación y co-financiado con fondos FEDER (2008-2011).

<sup>2</sup> [Http://www.rae.es](http://www.rae.es), Briz y grupo Val.Es.Co. (2002), Azorín y Jiménez Ruiz (1997) y Azorín (Coord.) (2002).

## 2. Un modelo neogriceano para la ironía: marcas e indicadores

El grupo GRIALE ha trabajado en los últimos años con diversas explicaciones pragmáticas para la ironía de la que son buena muestra las publicaciones de Ruiz Gurillo *et alii* (2004) y Ruiz Gurillo (2006), (2007) y (2008). En ellas hemos examinado, entre otros, los acercamientos a este hecho pragmático que entienden la ironía como la violación abierta de la primera máxima de cualidad (“no diga algo que cree falso”) (H.P. Grice), como un eco (Teoría de la Relevancia de D. Sperber y D. Wilson), como un fingimiento (H. Clark y R. Gerrig) o como manifestación implícita (A. Utsumi). Tales modelos resultan adecuados para ciertos tipos de ironía, pero no consiguen superar la circunstancia de que la ironía supone inferencias únicamente particulares, esto es, dependientes de cada uno de los contextos donde se produce. La observación y descripción de ejemplos reales, tanto orales como escritos, nos ha conducido a desarrollar otro modelo apoyado en los principios propuestos por S.C. Levinson (Rodríguez Rosique, 2009) que hemos concretado en el análisis de marcas e indicadores de la ironía (véase Ruiz Gurillo y Padilla (eds.), 2009: bloque II y Ruiz Gurillo, en prensa). Entendemos por *marcas* aquellos elementos que ayudan a la interpretación irónica. Por su parte, los *indicadores* son estructuras de por sí irónicas. Tanto las marcas como los indicadores pueden relacionarse con inferencias de carácter generalizado que, sin negar la condición de inferencia particularizada de la ironía, ofrecen desde el punto de vista teórico una conexión con los tipos de enunciado en los que se produce.

Así pues, sin negar el carácter particularizado de la ironía, esto es, su condición de implicatura conversacional particularizada (ICP), Rodríguez Rosique (2009) ha elaborado una propuesta de análisis sistemático del fenómeno que la entronca con las implicaturas conversacionales generalizadas (ICG). El modelo que esbozaremos a continuación recurre, por lo tanto, a las ICG para explicar la inversión que se produce.

Tal fundamentación presenta, al menos, dos ventajas: en primer lugar, recoge bajo el concepto de inversión la idea tradicional de que la ironía es decir lo contrario de lo que dicen las palabras (ironía prototípica), pero también podría asumir en ciertas ocasiones el hecho de que es decir otra cosa distinta (ironía no prototípica). En segundo lugar, entronca con principios propiamente pragmáticos (Cantidad, Manera e Informatividad), esto es, relaciona la ironía con las inferencias que se atribuyen a ciertas formas lingüísticas.

### 2.1. La infracción de la máxima de cualidad

Desde este modelo, la ironía supone la inversión del requisito previo de cualidad (“Diga la verdad”) que ha de gobernar todo intercambio comunicativo. Ello afecta a la interpretación del fragmento irónico. En este caso, ciertas marcas como la entonación, los llamados acotadores literarios, ciertos evidenciales, los marcadores del discurso o, incluso, los gestos ponen sobre la pista al oyente de que lo dicho por el hablante es irónico. Su aparición puede contribuir a la inferencia de la ironía en el texto en cuestión. Por sí solos no son mecanismos de ironía, pero en combinación con los indicadores de la ironía, sustentan la interpretación.

### 2.2. La inversión del principio de Cantidad

Cuando se infringe el requisito de cualidad se ven implicados los principios conversacionales de Cantidad, Manera e Informatividad, lo que conlleva su inversión de manera particularizada en una situación irónica. El primero que observamos es el de Cantidad. Para Levinson (2000), cada uno de los principios de Cantidad, Informatividad y Manera se compone de una máxima del hablante y de un corolario del interlocutor. En el caso del principio de Cantidad, tenemos lo siguiente (Levinson 2000: 76):

Máxima del hablante: No proporcione una información más débil que el conocimiento del mundo que posee; en concreto, seleccione el elemento más fuerte del paradigma.

Corolario del interlocutor: La información que ha ofrecido el hablante es la más fuerte que este puede hacer.

Cuando dicho principio se ve afectado por la ironía, ciertos indicadores irónicos como los cuantificadores, determinados sufijos o los encomiásticos se infieren contextualmente de manera negativa. Así por ejemplo, el uso en dichos contextos de los miembros superiores de una escala, como

*listísima, buenísimo*, etc, puede conllevar la inversión y, consecuentemente, la negación de la escala estándar, de manera que se infiere que esa chica no se considera lista o que no fue un año bueno<sup>3</sup>.

### 2. 3. La inversión del principio de Manera

La violación explícita de la cualidad puede actuar también sobre el principio de Manera (Rodríguez Rosique, 2009). Como en otros casos se compone de una máxima del hablante y de un corolario del interlocutor (Levinson, 2000: 136-137):

Máxima del hablante: Indique una situación normal mediante expresiones no marcadas.

Corolario del interlocutor: Una expresión marcada denota una situación no estereotípica.

Cuando dicho principio se infringe, esto es, cuando se usan expresiones marcadas para indicar una situación marcada como la ironía, se ven afectados algunos indicadores como la variación (el cambio de registro, por ejemplo), ciertas figuras retóricas (como la metáfora o la hipérbole) o la fraseología. Así, el empleo de unidades fraseológicas como *cubrirse de gloria, para variar, estaría bueno* o *mosquita muerta* advierte al destinatario de una intención irónica.

### 2. 4. La inversión del principio de Informatividad

Por último, también el principio de Informatividad, principio de refuerzo que permite al interlocutor que complete el significado a partir de las pistas que le ofrece el hablante, puede verse afectado por la ironía. Para Levinson (2000: 114), se compone, como en el resto de casos, de una máxima del hablante y de un corolario del interlocutor:

Máxima del hablante: Proporcione información mínima que sea suficiente para conseguir sus propósitos comunicativos.

Corolario del interlocutor: Amplíe el contenido de lo enunciado por el hablante hasta encontrar la interpretación específica.

La inversión de dicho principio ocasiona situaciones humorísticas relacionadas con el doble sentido que se pone en marcha al multiplicar los referentes. Por ello, los indicadores semánticos, como la polisemia, la homonimia y otras relaciones semánticas (por ejemplo, la creación de *pseudoabarcadores*, Timofeeva 2008: 289), se ven implicados. De este modo, el empleo de *papa*, con el doble sentido de 'sumo pontífice romano' y de 'padre (respecto de sus hijos)' (DRAE), conlleva la interpretación irónico-humorística del fragmento donde se encuentre.

La ironía se concibe, por tanto, como fenómeno pragmático que se apoya en indicadores y marcas, por lo que es posible ofrecer una explicación que vaya más allá de los contextos particulares en los que se produce. Presumiblemente, marcas e indicadores actuarán conjuntamente, de modo que el uso de una escala se apoyará en marcas paralingüísticas como las risas; el empleo de fraseología podrá acompañarse de marcadores del discurso o de una determinada entonación; y la selección de elementos polisémicos se reforzará con marcas tipográficas.

Así pues, las marcas entroncan con el requisito de cualidad que está presente en toda comunicación. En este contexto, los marcadores del discurso se entienden como marcas de la ironía por partida doble: como marcadores, guían la interpretación; como marcas de ironía, ayudan a la interpretación irónica. En consecuencia, nuestra labor en este trabajo va a consistir en describir las funciones de estos marcadores de la ironía a partir del modelo esbozado. Como hipótesis, proponemos que sus funciones generales pueden colaborar en los significados irónicos de los enunciados, de manera que su contribución a la interpretación irónica no está completa sin observar el papel de los indicadores en todo el proceso.

## 3. Las marcas de la ironía: los marcadores del discurso

---

<sup>3</sup> Para una descripción detallada de marcas e indicadores a partir de esta concepción pragmática, véanse Ruiz Gurillo y Padilla García (eds.) (2009: bloque II) y Ruiz Gurillo (en prensa).

Los marcadores del discurso se encargan de “guiar, de acuerdo con sus distintas propiedades morfosintácticas, semánticas y pragmáticas, las inferencias que se dan en la comunicación” (Martín Zorraquino y Portolés, 1999: 4057). Tomando esta definición como base, puede afirmarse que los marcadores pueden convertirse en guías de la ironía por sí mismos. En ciertos casos, como veremos en § 3.1., son los mantenedores de la ironía que subyace a los enunciados. En otras ocasiones colaboran en la inversión irónica que se halla sujeta a los indicadores. En concreto, guían la inversión que afecta al principio de Cantidad (§ 3.2). De este modo, cuando se usan cuantificadores, sufijos o encomiásticos como indicadores de ironía, las funciones de los marcadores del discurso se suman para contribuir al efecto irónico. Asimismo, los marcadores pueden actuar preferentemente guiando la inversión que conlleva el principio de Manera (§ 3.3). Se trata de casos en los que sus valores argumentativos se añaden a las expresiones marcadas que se utilizan. Por último, los marcadores del discurso establecen, como guías que son, una pista sobre la interpretación de la información que, finalmente, se revela como incongruente. En estas circunstancias, los marcadores del discurso favorecen la inversión del principio de Informatividad (§ 3.4.). Son situaciones irónico-humorísticas en las que se multiplican los referentes. En especial, las funciones de los marcadores (reformulación, refuerzo, acuerdo, etc.) contribuyen a la inversión.

### 3.1. Los marcadores como guías de la ironía

Los marcadores del discurso pueden guiar una situación irónica, esencialmente absurda, en la que no están presentes otros indicadores. En estas ocasiones, las instrucciones básicas de estas partículas colaboran en las inferencias irónicas que se deducen de los enunciados. Así, la función básica de oposición está presente en los enunciados irónicos donde encontramos *pero*, que como conector opositivo se encuentra tanto en textos escritos como orales. El ejemplo (1) procede de la columna periodística; en él el autor expresa su molestia por los actos de la Semana Santa que bloquean literalmente la ciudad y critica la actitud abusiva de los participantes y los espectadores de los mismos:

(1)  
[...] nos obligan a contemplar a montones de siniestros encapuchados, a perturbados que se azotan la desnuda espalda o se hacen clavar alfileres en ella hasta que les brota la sangre (la Iglesia condena el suicidio, **pero**, muy coherente, alienta estos atentados contra uno mismo) [...] (Javier Marías, “Inermes”, *El País Semanal*, 8 de mayo de 2005).

En este contexto, *pero* establece un contraste entre los dos argumentos. La interpretación irónica surge precisamente al contraponerlos: la Iglesia condena el suicidio, la Iglesia alienta estos atentados contra uno mismo. La orientación argumentativa se dirige hacia el segundo argumento que se convierte en la conclusión defendida y que viene modificado por *muy coherente*.

En textos orales también contrapone dos argumentos, incluso expresados en la misma intervención irónica. En (2), C10 argumenta que la mujer de la que hablan está mejor viuda que con su marido:

(2)  
[C8]: Aquí treinta mil pesetas o veinticinco mil pesetas para comer, para vestir y para todo. Sin una peseta la pobre mujer siempre pidiendo; a mí, siempre pidiéndome dinero: "Déjame dos mil pesetas hasta primero de mes, déjame tres mil pesetas y a Carmen igual. Ahora tiene creo que son [simultáneo] ciento noventa o doscientas mil pesetas.  
[C10]: Y está en la gloria[risas]/[risas]/[simultáneo].  
[C8]: De viudedad para ella sola y está en la gloria, pero en la gloria bendita[risas]/[risas]/[simultáneo].  
[C11]: ¿Café solamente, Fernando?  
[C10]: **Su marido en el cielo, pero ella feliz.**  
[C8]: Y tanto, ella en la gloria.  
(Azorín (Coord.) 2002).

Como en (1), la ironía surge de la contraposición, del contraste de ambos argumentos y de la conclusión que se obtiene de dicha intervención, es decir, que la mujer está feliz a pesar de que su marido haya muerto.

Por su parte, *claro*, como marcador de evidencia<sup>4</sup>, puede actuar como fórmula de acuerdo en la conversación<sup>5</sup> y favorecer la llamada *ironía continuada*<sup>6</sup>. Es lo que ocurre en (3), donde los hablantes dialogan acerca de la clonación:

<sup>4</sup> Para Martín Zorraquino y Portolés (1999: 4151), «recalca la evidencia del segmento del discurso al que remite, estableciendo una conexión entre los elementos que integran su contenido –y lo que puede deducirse de ellos– y algún tipo de hecho, situación o circunstancia que los justifican o los explican y que pueden recuperarse a través del contexto o del conocimiento que comparten los

(3)  
 <T5 >: Todo es que se pongan.  
 <T3 >: Meterse.  
 <T1 >: Que vayamos al supermercado y digamos: “Lo quiero rubio, alto <risas></risas>y que me salga así de guapo”.  
 <T3 >: Y en una cajita te lo llevas a casa.  
 <T1 >: Y ya está.  
 <T5 >: Es verdad, sí.  
 <T1 >: ¡Oye! Te evitas parir, todo eso.  
 <T3 >: **Claro.**  
 <T5 >: Todo, todo.  
 (Azorín (Coord.) 2002).

Tras la intervención absurda de T1, que reduce el tema de la clonación a comprar a los hijos en el supermercado, se continúa la ironía, lo que refuerza los lazos de camaradería en el grupo. El marcador *claro* evidencia el acuerdo de T3 con la situación irónica que los diversos participantes han continuado y que han señalado a su vez con otras fórmulas como *y ya está* o *es verdad*.

Veremos a continuación cómo los marcadores del discurso añaden sus instrucciones a las de la inversión irónica que viene desencadenada por diversos indicadores de ironía. Los principios de Cantidad, Manera o Informatividad pueden verse especialmente afectados en este proceso en el que las partículas discursivas que nos ocupan desempeñan un importante papel al contribuir a la interpretación irónica.

### 3.2. Los marcadores como guías del principio de Cantidad

Cuando principalmente está afectado el principio de Cantidad en la inversión irónica, esto es, cuando se usan cuantificadores, sufijos o encomiásticos como indicadores de ironía, las funciones de los marcadores del discurso se suman para contribuir al efecto irónico. Así, el carácter conectivo de *entonces* se encuentra en algunos enunciados irónicos como el de (4). Los hablantes, que no son altos, dialogan en torno a la posibilidad de que el chico alto al que se refiere una chica sea uno de sus amigos, Emiliano o el Conejo.

(4)  
 C: dice que le preguntó por un amigo muy alto<sup>↑</sup> y por [uno bajito]  
 B: [ye PON<sup>↓7</sup> nano]  
 A: ¿uno muy alto? ¿quién sería?<sup>§</sup>  
 C: § el Conejo<sup>8</sup> §  
 A: § o Emiliano/ a lo mejor<sup>§</sup>  
 B: § ¿Emiliano<sup>↑</sup> alto<sup>↑</sup> de qué<sup>↓</sup>?  
 A: ¿cóm[mo sería de alto?]  
 B: [ni física ni mental]mente es alto<sup>↓</sup> nano<sup>§</sup>  
 D: § como yo/ como nosotros/ más o menos  
 A: **entonces muy alto**<sup>↓</sup> el Conejo<sup>///</sup> pero el Conejo nunca ha ido por el Carmen<sup>9</sup> / que yo sepa<sup>§</sup>  
 (Briz y grupo Val.Es.Co., 2002: 54. [H.38.A.1:150-155]).

El comentario de A en la última intervención es la consecuencia dialógica que se extrae de la persona de la que hablan; El Conejo es como nosotros, como indica D, es decir, muy alto, cosa que es radicalmente falsa, pues ninguno de los hablantes es alto. Obsérvese cómo *entonces* introduce la

---

hablantes (que se inscribe a menudo en el saber general sobre las cosas)». Acerca del empleo de los evidenciales en la ironía, puede consultarse Santamaría (2009).

<sup>5</sup> Este es uno de los valores principales que le otorga Pons (1998:169-172), que señala además que el acuerdo es una categoría eminentemente dialógica.

<sup>6</sup> Denominamos *ironía continuada* al mantenimiento de la ironía a lo largo de un fragmento de discurso. Este recurso había sido identificado como propio de los textos planificados, preferentemente escritos, pero como demostramos en Ruiz Gurillo (2009), también aparece en textos orales-informales donde resulta similar formalmente a aquella, aunque difiere desde el punto de vista funcional: en la interacción informal se potencia el juego lingüístico a partir lo dicho o a partir de lo que se ha querido decir. Como bien indica Kotthoff (2003: 1400), la ironía se integra en estos casos en una secuencia humorística, basada en la amistad.

<sup>7</sup> Alusión a un refresco.

<sup>8</sup> Apodo de una persona no presente en el diálogo.

<sup>9</sup> Barrio del casco antiguo de Valencia.

consecuencia irónica en la que se encuentra el indicador que se adscribe al principio de Cantidad, esto es, el elemento escalar “muy alto” que, dada la intención irónica, se niega.

### 3.3. Los marcadores como guías del principio de Manera

También los marcadores pueden actuar preferentemente guiando la inversión que conlleva el principio de Manera. Se trata de casos en los que sus valores argumentativos se añaden a las expresiones marcadas que se utilizan, como la fraseología o la hipérbole.

La fraseología se encuentra de manera canónica en (5), secuencia de carácter dialogal en un texto escrito que trata de las relaciones entre Mario Conde y los Albertos:

- (5)  
-Tú tendrías que unirme a este proyecto...  
-No puedo, Mario, yo fui quien os ofreció hace tiempo la posibilidad de comprar y no os interesó.  
-Pues tendrías que sacarnos a "los Albertos" de aquí.  
-¿Sí?, y ¿cómo?... Yo no puedo hacer nada a estas alturas, ¿no te das cuenta? He adquirido unos compromisos que tengo que cumplir. Además, estoy contento con esta gente; se han portado muy bien conmigo y no voy a hacer nada que pueda perjudicarles...  
-¿Entonces no se hará la fusión! -exclama Conde.  
-¡Ah, eso es cosa vuestra...!  
-Nosotros no queremos saber nada con "los Albertos".  
-¡**Pues a buenas horas** acudís a mí! Desde antes del verano os he venido diciendo lo que iba a hacer y no me creísteis...  
(CREA, J. Cacho, *Asalto al poder. La revolución de Mario Conde*, 1988).

*Pues* se encarga en este contexto de introducir un comentario, donde se integra el indicador fraseológico *a buenas horas*, de lo que se infiere que es demasiado tarde para unirse al proyecto. Así, se trata de una intervención reactiva no preferida introducida por *pues* que se entiende como opuesta a lo anterior (Martín Zorraquino y Portolés, 1999: 4084).

La desautomatización fraseológica<sup>10</sup> puede ayudarse de un operador como *por lo menos*. Se trata de un texto oral en el que el hablante asimila *sangre azul* a *sangre azulgrana*.

- (6)  
Sí, porque tenemos dentro de poco boda. La última que tuvimos fue la de la infanta Elena con Marichalar. “Jaime de Marichalar, ¿quiere recibir a Elena de Borbón, infanta de España, como esposa y promete serle fiel, en las alegrías y en las penas, en la salud y en la enfermedad y así amarle...”. Es bonito esto. Bueno, siempre son estas cosas, frases ahí solemnes, que emocionan bastante. Ella dijo: “sí, quiero”, ¿os acordáis? Sí, sí, claro. Con las... con los matrimonios la familias real española nos vamos acercando a esa **sangre azul** y esto lo debería decir Isaías o lo debería decir Rafa, con Urdangarín **por lo menos** va a tener **sangre azulgrana**, ya nos vamos acercando.  
(CREA, Oral, “Hoy por hoy”, *Cadena SER*, 13 de mayo de 1997).

Para Anscombe y Ducrot (1994: cap. IV), *por lo menos/al menos* es “el premio de consolación”. Cuando aparece este elemento, los argumentos que encadena llevan a la misma conclusión, es decir, tienen la misma orientación argumentativa. *Por lo menos* sirve para ofrecer la única ventaja entre un conjunto de argumentos negativos. En el caso que nos ocupa, la unidad fraseológica canónica *sangre azul* se encadena a la unidad fraseológica desautomatizada *sangre azulgrana* por medio de *por lo menos*, que señala el límite mínimo al que se aspira: que el futuro esposo de una noble tenga al menos otro tipo de sangre, como la que supone representar a un club deportivo como el del FC Barcelona. Ello desencadena efectos irónico-humorísticos que afectan en especial al principio de Manera.

La hipérbole es el indicador más destacado de (7). En él, H7 habla de lo que piensa sobre la Iglesia y sobre el papel que desempeña en la sociedad actual:

- (7)  
385 <H7>: Lo que dice la mayor parte de la gente es que (-->), bueno, lo que digo yo, como el resto de la gente es que (-->)... la Iglesia ha perdido mucha imagen; **o sea**, desde que ya no queman a la gente <risas> ya no tiene... el tono que tenía antes. Ahora es más (-->)... más politiquero, pero sí... sí que creo que hay una (-->)... figura (-->)... <vacilación>... en Jesucristo y todo eso.  
(Azorín y Jiménez Ruiz, 1997).

<sup>10</sup> Acerca de este fenómeno y su repercusión en la ironía, consúltese Timofeeva (2009).

Tras *o sea*, se introduce una reformulación de H7 que resulta ser un enunciado absurdo e hiperbólico que realmente no es una explicación del hecho que se enuncia anteriormente -que la iglesia haya perdido imagen-. Así, el marcador guía hacia la comprensión irónica del papel de la Iglesia, que no se considera tan relevante desde que no existe la Inquisición.

De igual modo, el cambio de registro puede emplearse como indicador y ayudarse de marcadores. Es lo que ocurre en (8), donde el carácter justificativo de *es que* permite introducir un argumento irónico en una intervención aparentemente seria. Se trata de una reunión de dos mujeres (Chu6 y Chu9) y de un hombre (Chu8). Una de las mujeres habla de un cachorro y de su predilección por el elemento masculino de la reunión:

(8)

<Chu6 >: Ángel, si te mira así de rogado es para que lo, <repetición>para que lo</repetición> acaricies.

<Chu8>: Es que se torra.

<Chu9>: <simultáneo>No te puedes imaginar.

<Chu6 >: Para que lo acaricies</simultáneo>. **Es que** mi perro reconoce siempre a los dueños de la manada<risas></risas>.

(Azorín (Coord.) 2002).

La ironía surge de la propia situación comunicativa. El enunciado irónico de la hablante introducido por *es que* le sirve para burlarse de la supuesta superioridad masculina que resume con *jefe de la manada*, expresión marcada que normalmente se aplica a los perros u otros mamíferos, pero que aquí se refiere a las personas. También el principio de Informatividad se ve implicado, ya que se multiplican los referentes al aplicar humorísticamente las cualidades de la manada tanto a los animales como a las personas.

### 3.4. Los marcadores como guías del principio de Informatividad

En otras ocasiones, los marcadores del discurso establecen, como guías que son, una pista sobre la interpretación de la información que, finalmente se revela como incongruente. En estos casos, los marcadores del discurso favorecen la inversión del principio de Informatividad y ayudan a multiplicar los referentes. Los indicadores que se ven afectados son, entre otros, la polisemia o los pseudoabarcadores.

La polisemia es uno de los indicadores más usados en la ironía no prototípica, aquella que sirve para decir otra cosa distinta de la que dicen las palabras. La multiplicación de referentes genera unos efectos irónico-humorísticos a los que contribuyen a menudo las instrucciones de los marcadores. Así, en (9) el columnista, el humorista Andreu Buenafuente, se compara con los logros obtenidos por Rafa Nadal, tenista que a sus veinte años ya ha conseguido dos copas en encuentros deportivos internacionales:

(9)

Ya van dos veces que levanta la copa y sólo tiene 20 años. **Bueno**, no es tan raro: yo cuando tenía 20 años ya había levantado un montón de copas. (A. Buenafuente, “A por rusos, oé”, *El País*, 18 de junio de 2006).

El reformulador *bueno* permite generar una nueva inferencia que comienza donde se encuentra la partícula discursiva (Pons, en línea) y que se convierte en un segundo miembro irónico con respecto al primero. De este modo, el valor de *bueno* guía las inferencias irónicas que se obtienen de la polisemia de *copa*, entendida en el primer miembro como ‘premio de un certamen deportivo’ y en el segundo como ‘bebida alcohólica’.

También pueden emplearse como indicadores otras relaciones semánticas. En una situación no irónica, estaríamos hablando de una clase determinada por un conjunto de rasgos semánticos de carácter distintivo; en una situación irónica, se trata de crear una clase semántica, los *pseudoabarcadores*, que está formada por diversos elementos integrados en la misma que no lo agotan, pero que se reinterpretan como si lo hicieran (Timofeeva, 2008: 289). En el caso de (10) se dirige una supuesta carta a un representante de la Iglesia para criticar un caso de abusos en el que están implicados ciudadanos de todas las clases sociales:

(10)

Por si Su Excelencia no lo supiera [...], los menstrualitas son ese envidiado pueblo o grupo social integrado por fontaneritas, electricisomos, carpinteroides, caldereronzos, cristalerienses, gasocitas, persianocolguitas, cortinoides **y, por supuesto**, los no menos preciados desatasconeros. (Maruja Torres, “Carta a otro soltero”, *El País Semanal*, 6 de febrero de 2005).

La clase léxica de los menestralitas está compuesta por todo tipo de profesiones, reelaboradas por medio de afijos de creación personal, lo que le otorga a este pseudobarcode un carácter propio<sup>11</sup>. La enumeración se cierra gracias al operador *por supuesto* que “ratifica lo que se infiere del segmento del discurso al que remite como algo necesariamente implicado o impuesto en el contexto comunicativo” (Martín Zorraquino y Portolés, 1999:4151). De este modo, *por supuesto* refuerza el elemento *los no menospreciados desatasconeros*, que se infiere como necesariamente integrado en dicha clase y, al tiempo, colabora en la reinterpretación de la misma como compuesta distintivamente por los elementos mencionados en el contexto.

#### 4. Conclusiones

La ironía se puede explicar como violación de las máximas (Grice), como eco (Sperber y Wilson), como fingimiento (Clark y Gerrig) o como entorno irónico (Utsumi), entre otros. A nuestro juicio, todas ellas resultan adecuadas para abordar algún aspecto de ironía, pero no dan cuenta de los mecanismos que favorecen su aparición, mecanismos que el hablante pone en marcha para que sea entendida por el oyente. En cambio, el modelo que se apoya principalmente en la pragmática de S. C. Levinson (Rodríguez Rosique, 2009, Ruiz Gurillo, en prensa) nos ofrece una visión de este hecho pragmático localizado en las expresiones verbales y no verbales utilizadas. Hemos diferenciado entre *marcas*, elementos que contribuyen a la ironía, e *indicadores*, elementos de por sí irónicos. Los marcadores del discurso son guías de las inferencias en la comunicación. Por ello, pueden actuar como marcas en un hecho pragmático como la ironía, favoreciendo una ironía de situación (§ 3.1.) o pueden sumar sus valores a las de los indicadores implicados en la ironía. Hemos visto cómo *entonces* guía la inversión del principio de Cantidad (§ 3.2.) y contribuye a la negación de las escalas; *pues, por lo menos, o sea y es que*, la del principio de Manera (§ 3.3.), favoreciendo la situación marcada que generan los indicadores de la fraseología, la hipérbole o el cambio de registro; *bueno y por supuesto*, la del principio de Informatividad (§ 3.4.), ayudando a multiplicar los referentes que despliegan los indicadores de la polisemia o los psdeudoabarcodeadores. Entre otros, los valores de consecuencia, comentario, reformulación, refuerzo o acuerdo que presentan tales partículas discursivas son, en realidad, las marcas que favorecen la comprensión de los enunciados irónicos analizados. De este modo, sus significados semánticos y pragmáticos repercuten en la violación del requisito previo de cualidad y ocasionan la inversión de los principios pragmáticos. En fin, su función como pistas discursivas de la ironía alumbró la comprensión de este hecho pragmático.

#### Referencias bibliográficas

- Anscombe, J. C. y O. Ducrot (1994): *La argumentación en la lengua*. Madrid, Gredos.
- Azorín, D. y J. L. Jiménez Ruiz (1997): *Corpus oral de la variedad juvenil universitaria del español hablado en Alicante*. Alicante, Instituto de Cultura Juan Gil Albert.
- Azorín, D. (Coord.) (2002): *Alicante corpus de referencia*. Alcore (Edición en CD-Rom).
- Barrajón, E. (2009): «Variación sintáctica», en Ruiz Gurillo, L. y Xose A. Padilla García (eds.), págs. 219-239.
- Briz, A. y Grupo Val.Es.Co. (2002): *Corpus de conversaciones coloquiales*. Madrid, Arco Libros.
- Clark, H. y R. Gerrig (1984): «On the Pretense Theory of Irony», *Journal of Experimental Psychology: General*, 113, 1, págs. 121-126.
- DRAE= *Diccionario de la lengua española* (<http://www.rae.es>) (Fecha de consulta: abril de 2009).
- Grice, H. P. (1975): «Logic and Conversation», en Cole, P. y J. Morgan (eds.), *Syntax and Semantics*, 3, New York, Academic Press, págs. 41-58 [También en Jaworski, A. y N. Coupland (eds.) (1999): *The Discourse Reader*. London and New York, Routledge, págs. 76-106].
- Kotthoff, H. (2003): «Responding to irony in different contexts: on cognition in conversation», *Journal of Pragmatics*, 35, 9., págs. 1387-1411.
- Levinson, S. C. (2000) : *Presumptive Meanings. The Theory of Generalized Conversational Implicature*. Cambridge, Massachusetts.
- Marimón Llorca, C. (2008): *Análisis de textos en español. Teoría y práctica*. Alicante, Universidad.
- Martín Zorraquino, M<sup>a</sup> A. y J. Portolés (1999): «Los marcadores del discurso». En I. Bosque y V. Demonte (Dirs.): *Gramática descriptiva de la lengua española*. Madrid, Espasa, págs. 4051-4213.
- Portolés, J. (1998): *Marcadores del discurso*. Barcelona, Ariel Practicum.
- Pons, S. (1998): *Conexión y conectores. Estudio de su relación en el registro informal de la lengua*. València, Universitat.

<sup>11</sup> Acerca de la función de los sufijos como indicadores, puede consultarse Provencio (2009).

- Pons, S. (en línea): «Bueno 1», *Diccionario de partículas discursivas del español* (<http://www.dpde.es>) (Fecha de consulta: abril de 2009).
- Provencio, H. (2009): «La prefijación y la sufijación», en Ruiz Gurillo, L. y Xose A. Padilla García (eds.), págs. 241-265.
- Rodríguez Rosique, S. (2008): *Pragmática y Gramática. Condicionales concesivas en español*. Frankfurt, Peter Lang.
- Rodríguez Rosique, S. (2009): «Una propuesta neogriceana», en Ruiz Gurillo, L. y Xose A. Padilla García (eds.), págs. 109-132.
- Ruiz Gurillo, L. (2006): *Hechos pragmáticos del español*. Alicante, Universidad.
- Ruiz Gurillo, L. (2007): «La ironía como habilidad metarrepresentacional». En L. Cortés *et alii* (eds.): *Discurso y oralidad*. Madrid, Arco/Libros.
- Ruiz Gurillo, L. (2008): «Las metarrepresentaciones en el español hablado», *Spanish in Context*. 5:1, págs. 40-63.
- Ruiz Gurillo, L. (2009): «¿Cómo se gestiona la ironía en la conversación?», *RILCE*, 25.2, págs. 363-377.
- Ruiz Gurillo, L. (en prensa): «Para una aproximación neogriceana a la ironía y al humor en español».
- Ruiz Gurillo, L. C. Marimón, X. A. Padilla y L. Timofeeva (2004): «El proyecto GRIALE para la ironía en español. Conceptos previos», *ELUA*, 18, págs. 231-242.
- Ruiz Gurillo, L. y X. A. Padilla García (eds.) (2009): *Dime cómo ironizas y te diré quién eres. Una aproximación pragmática a la ironía*, Frankfurt, Peter Lang.
- Santamaría, I. (2009): «Los evidenciales», en Ruiz Gurillo, L. y Xose A. Padilla García (eds.), págs. 267-292.
- Sperber, D. y D. Wilson (1994): *La relevancia, comunicación y procesos cognitivos*. Madrid, Visor (1ª ed., 1986).
- Timofeeva, L. (2008): *Acerca de los aspectos traductológicos de la fraseología española*. Tesis doctoral disponible en (<http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/7707>).
- Timofeeva, L. (2009): «Unidades fraseológicas», en Ruiz Gurillo, L. y Xose A. Padilla García (eds.), págs.193-217.
- Utsumi, A. (2000): «Verbal irony as implicit display of ironic environment: Distinguishing ironic utterances from nonirony», *Journal of Pragmatics*, 32, págs. 1777-1806.
- Wilson, D. y D. Sperber (2004): «La Teoría de la Relevancia», *Revista de Investigación Lingüística*, vol. VII, págs. 233-282 [trad. de Horn, L. y G. Ward (eds.): *The Handbook of Pragmatics* Oxford, Blackwell, págs. 607-632].
- Wilson, D. (2006): «The pragmatics of verbal irony: Echo or pretence? », *Lingua*, 116, págs. 1722-1743.