



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
PROGRAMA DE MAESTRÍA Y DOCTORADO EN LINGÜÍSTICA

LA PERCEPCIÓN DE LA IRONÍA EN LA FORMULACIÓN DE QUEJAS:
UN ESTUDIO CONTRASTIVO ENTRE HABLANTES MEXICANOS Y FRANCESES

TESIS

QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE
MAESTRO EN LINGÜÍSTICA APLICADA

PRESENTA:

ERICK MENDIETA GÓMEZ

TUTORA DE TESIS

DRA. MARÍA DEL CARMEN CURCÓ COBOS
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES FILOSÓFICAS

CIUDAD UNIVERSITARIA, Cd. Mx.

NOVIEMBRE DE 2019



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

A mis padres, Rocío y Rodolfo, por darme su eterno apoyo, sin el cual nunca hubiera emprendido este gran viaje.

A mi hermana, Karen, por ser la mejor compañera y consejera en tiempos de adversidad.

A mis abuelos, primos y tíos, por formarme con perseverancia y cariño.

A mi tutora, Carmen, por compartir conmigo su gran sabiduría y favorecerme con su infinita confianza.

A mis maestros y sinodales de la maestría, por ser guías perpetuas para mí y mis compañeros.

A Naomi, por enfrentarse con valor al metro de París después de las 11pm.

A la *Petite Soirée Mexicaine*: Agnes, Alex, Ana, Mechi, Angela y Bruna, por ayudarme a mantenerme cuerdo en la Ciudad de la Luz.

A la Universidad Sorbonne Nouvelle de París y a todas las grandes personas que en ella conocí, en especial a Lou Courjan-Kompf, por su apoyo innegable durante mi intercambio, a Marina Aubé, por la paciencia mostrada durante la creación de la versión francesa del instrumento, y a las profesoras Florence Lefeuvre y Georgeta Cislaru, por involucrarse e involucrar a sus alumnos en este proyecto.

A la Universidad Nacional Autónoma de México, su personal administrativo, alumnos y maestros, en especial a aquellos que mantienen al Posgrado en Lingüística a flote.

A la Escuela Nacional de Lenguas, Lingüística y Traducción, y a su directora, Carmen Contijoch, quien hace posible que alumnos y profesores nos sintamos parte de una gran familia.

A los profesores de la UNAM, Francisco Ruíz y Ma. Elena Matsumoto, por involucrarse e involucrar a sus alumnos en este proyecto.

Al departamento de movilidad de la UNAM, liderado por Guillermo Meneses, por el excelente apoyo y disposición durante los procesos requeridos para mi intercambio.

Al CONACYT, por el apoyo económico que hace posible que programas como este existan.

A mis amigos y profesores de ayer, de hoy, y de mañana, porque sin duda todos han aportado o aportarán algo a lo que soy y hago.

Gracias.

SINOPSIS

En este trabajo de investigación se buscó observar diferencias en el nivel de aceptabilidad de la ironía reportado por sujetos pertenecientes a dos grupos sociales distintos, uno de mexicanos en la Ciudad de México, y uno de franceses en París.

La ironía es un fenómeno lingüístico que parece existir en todas las lenguas, sin embargo, a pesar de esta aparente universalidad, existe variación en cuanto a su uso y aceptabilidad, esto se debe a que los enunciados irónicos están cargados de una actitud de burla o sátira por parte del hablante, lo que podría hacerla más o menos aceptable en una cultura o en otra al tocar temas determinados.

Debido a lo anterior, entender el uso de la ironía encausa al investigador a un estudio más abstracto del lenguaje, y apela a reglas y normas sociales de orden superior al simple conocimiento del código léxico. Para usar correctamente la ironía, no bastará un *saber hacer*, sino que además será necesario un *saber cuándo hacer*, y, más importante aún, *saber cuándo no hacer*; aún así, este conocimiento no garantizará que exista una comunicación ideal, sin malentendidos.

Este estudio estuvo fundamentado en dos teorías; la primera, proveniente de Sperber y Wilson (1981), nos ayudó a entender la ironía desde un punto de vista cognitivo. La segunda, llamada Teoría de la Cortesía Verbal (Brown y Levinson, 1987), nos permitió entender su selección como si se tratara de una estrategia de comunicación, la cual responde a una necesidad humana de afiliación o independencia.

Para poder realizar esta investigación, se creó un instrumento formado por imágenes con diálogos cortos, en los que se representaban situaciones de quejas. Estas situaciones fueron presentadas tanto en su formulación irónica como en su formulación directa a los dos grupos de sujetos, y estos tenían que calificar los diálogos como más o menos aceptables, utilizando una escala de aceptabilidad.

Para analizar los resultados obtenidos se optó por utilizar una metodología cuantitativa y, debido a la naturaleza de los datos, se hizo uso de la prueba estadística U de Mann-Whitney, la cual permitió encontrar diferencias significativas entre lo reportado por ambos grupos. Los dos resultados principales arrojados por este estudio son los siguientes:

1) Sí existe una diferencia significativa en la aceptabilidad de la ironía en ciertos contextos situacionales: la aceptabilidad reportada por los franceses es significativamente mayor que la de los mexicanos.

2) La diferencia estadísticamente más significativa se dio al contrastar la aceptabilidad e la queja de manera general entre los dos grupos: los mexicanos muestran un rechazo significativamente mayor a la queja que los franceses.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1. Marco teórico.....	6
1.1 La ironía como fenómeno verbal	6
1.1.1. La ironía como una figura retórica: la tradición griega	8
1.1.2. La ironía como una implicatura (Grice).....	9
1.1.3 La ironía como un caso de uso ecoico implícito (Sperber y Wilson).....	14
1.1.4 La ironía como un caso de simulación (Clark y Gerrig)	17
1.1.5 La ironía como negación indirecta (Giora).....	19
1.1.6 Resumen.....	20
1.2 La cortesía verbal como fenómeno antropológico, social y verbal.....	21
1.2.1 El modelo de Brown y Levinson	23
CAPÍTULO 2. La percepción de la ironía en las quejas en dos poblaciones de hablantes nativos de francés y de español	40
2.1 Objetivos	40
2.2 Hipótesis.....	40
2.3 Metodología	41
2.4 Diseño del estudio empírico.....	42
2.4.1 Instrumento.....	42
2.5 Variables.....	49
2.5.1 Variables independientes.....	49
2.5.2 Variables dependientes.....	51
2.6 Materiales	51
2.7 Participantes.....	52
2.8 Aplicación	53
2.8.1 Prueba piloto.....	53
2.8.2 Grupo de mexicanos.....	53
2.8.3 Grupo de franceses	55
CAPÍTULO 3. Resultados y análisis.....	57
3.1 La Prueba U de Mann-Whitney	57
3.2 Aceptabilidad de la queja irónica frente a la queja directa	58

3.2.1 Resultados generales, sujetos mexicanos frente a sujetos franceses	60
3.2.2 Resultados generales, quejas irónicas frente a quejas directas.....	60
3.3 Análisis de las variables sociales	65
3.3.1 Sujetos mexicanos.....	66
3.3.2 Sujetos franceses.....	69
3.4 Resultados del análisis cualitativo.....	74
3.4.1 Sujetos mexicanos.....	74
3.4.2 Sujetos franceses.....	75
CAPÍTULO 4. Discusión	78
4.1 En torno a los resultados generales	78
4.2 En torno a los resultados específicos.....	85
CONCLUSIONES	90
REFERENCIAS.....	93
APÉNDICES	96
Sección 1: Datos personales.....	96
Sección 2: Instrucciones.....	98
Ejemplo de reactivo.....	101
Cuestionario: Situaciones con diálogos.....	102
Reactivos críticos.....	102
Distractores	119

INTRODUCCIÓN

Hace siete años tuve la oportunidad de vivir mi primera larga estancia en el extranjero, en un pequeño pueblo llamado Pontarlier, ubicado al este de Francia. Fue una oportunidad única para mí, pues lo más lejano que había viajado, para ese entonces, había sido a Texas, en donde solo permanecí un par de semanas como turista.

Tal oportunidad surgió de un convenio entre Francia y México llamado “Programa de asistentes de lengua”, el cual consiste en una especie de intercambio de profesores con ciertas características e intereses, con el objetivo de fortalecer los nexos entre ambos países, utilizando la lengua como puente para el acercamiento intercultural.

Durante cerca de un año viví muchas experiencias interesantes, experiencias que se vivificaron gracias a los grandes seres humanos que me acogieron en el país. Puedo afirmar que desde el primer momento en el que comencé a intercambiar palabras con la sociedad anfitriona, quedé maravillado; en parte por ver cómo los años de preparación en la lengua surtían efecto, y en parte por ver cómo mucho de lo que había escuchado sobre esta sociedad se observaba en la realidad.

Fueron muchas las diferencias culturales que pude notar, algunas surgieron inmediatamente, otras estaban más escondidas, pero aquellas que más me animaron desde un principio fueron las que se reflejaban claramente en la lengua, como si esta fuera un espejo de algo invisible, subyacente a la cultura. Me permito colocar en esta categoría diferencias muy evidentes, tales como el léxico en las palabras altisonantes, o diferencias más bien sutiles, como sería el uso o la prohibición (no manifiesta) de ciertos temas.

Entonces noté que escuchaba allá muchas cosas que jamás hubiera escuchado en México, y no me refiero a las diferencias evidentes en el código lingüístico, me refiero a diferencias más profundas, y quizás inconscientemente escondidas. Puedo decir que al principio me incomodaba escuchar gente hablar clara y directamente de temas que aquí permanecen como tabú, como son la sexualidad en la adolescencia y la violencia de género, y admito que al poco tiempo comencé yo mismo a buscar tales conversaciones, al punto de llegar a hablar de más.

Todo esto consistió en un aprendizaje constante y pasivo, podía advertir qué temas se deben o no tocar; lo mismo sucedía con las palabras. Fue entonces que noté un nivel de diferencias aún más profundo y complejo: las bromas, la sátira, la ironía. Descubrí que entrar en ese terreno implica un conocimiento mucho mayor de la sociedad, y que para poder alcanzar tal conocimiento, lo primero a hacer es olvidar el fondo cultural con el que nos hemos moldeado.

Un ejemplo que tengo muy presente de estas diferencias se encuentra en los temas y bromas de carácter sexual. Me atrevo a decir que, aunque el mexicano muestra un gran orgullo por sus bromas en esta área (bromas que han adoptado el nombre de “albures”), estas sutilezas

suelen darse únicamente en un nivel muy superficial de la lengua, permaneciendo históricamente la plática sexual como un tema tabú, evitado, y en muchas situaciones, impensable.

Otra de las grandes diferencias que pude notar fue en el uso de la ironía. Me era común escuchar bromas irónicas, ya fuera dirigidas a algún problema social o a alguna persona distraída. Las críticas irónicas también eran muy comunes, o al menos me parecían más comunes de lo que serían en México. Nunca faltaba el “qué bien lo hiciste” dirigido a alguien que acababa de cometer un error garrafal; lo mismo sucedía con la magnífica expresión “*bien joué*” (bien jugado), dicha de manera irónica.

Entonces comencé a dudar de mí y mi percepción, ¿era normal que me incomodaran estas cosas? ¿Era solo yo u otros mexicanos en mi lugar pasaban lo mismo? ¿Por qué sucedía algo así?

De estas preguntas se derivó la intuición que daría inicio a este proyecto: (1) yo era demasiado sensible y me faltaba relajarme más, o (2) había crecido en una sociedad donde este tipo de bromas o construcciones sería menos aceptable, y por lo tanto, menos agradable. Quise trabajar sobre la segunda opción: a los mexicanos nos incomoda el uso de la ironía que hacen los franceses.

Para poder laborar sobre esta intuición decidí estudiar la ironía. ¿Qué es? ¿Qué se ha dicho sobre ella? ¿Por qué se percibe de manera diferente en contextos y culturas distintas? Encontré que se ha dicho bastante. Desde la antigüedad ha existido la duda del por qué decimos cosas contrarias o diferentes a lo que realmente queremos comunicar, y más sorprendentemente, del cómo es que llegamos a comprendernos al hacerlo.

Encontré entonces que estas preguntas se han traído a la modernidad, que grandes pensadores han utilizado sus ideas y teorías para ayudar a comprender problemas de habla indirecta como la ironía, y me enfrenté a una teoría que revolucionó mi forma de pensar: la teoría de la cortesía verbal (Brown y Levinson, 1987). Esta teoría expresa que los seres humanos tenemos necesidades sociales y nuestras selecciones lingüísticas se dan en función a ellas.

Esto me pareció excelente, pero todo cambió cuando encontré el capítulo de la ironía, ya que ahí los autores plantean que es utilizada como una herramienta para mitigar la agresividad de nuestras palabras; que de cierta manera nos ayuda a evitar conflictos o confrontaciones. Esto resonó muy fuertemente en mi cabeza, pues, de ser así, mi intuición sería totalmente errónea. Estaría percibiendo como agresivo algo cuya función es conciliar.

Mientras me enfrentaba a este problema, me acerqué a otros autores que explican de múltiples maneras la ironía y la lógica detrás de ella. Encontré en sus palabras razonamientos variados que cavan a distintos niveles en el cerebro humano. Después de un arduo trabajo de selección opté por seguir la línea de dos autores que nos ofrecen un enfoque cognitivo dotado de un alto poder explicativo, ya que introducen a la ironía como un caso de *mención ecoica* (Sperber y Wilson, 1981), visión sobre la que después elaboran para hablar de un uso interpretativo,

atributivo y ecoico implícito (Wilson y Sperber, 1992). Ver a la ironía de esta manera me ofrecería muchas ventajas conceptuales.

Decidí entonces utilizar ambas teorías y articularlas y realizar un estudio experimental. Quise saber qué tanto de lo que había leído era aplicable a mi problemática inicial, y observable a diferentes niveles sociales. Quise también corroborar la veracidad de mi intuición, al tiempo que trabajaba en encontrar qué tanto de lo que había leído se podría comprobar de manera práctica. Para esto acoté mi trabajo a un estudio en torno a la queja irónica con un foco en lo intercultural.

Encontré que, efectivamente, los franceses muestran mayor tolerancia ante las quejas irónicas que los mexicanos, y que la ironía puede funcionar como una herramienta para alejar a los hablantes, pero no porque se trate de una característica inherente a ella, sino por la carga de actitud hacia una persona o idea que se le dota durante la emisión. Encontré también que la mayor diferencia entre mexicanos y franceses se da al tratar las quejas de manera general, lo que invita a pensar que los mexicanos son más sensibles a aquellas interacciones verbales que atacan su necesidad social de afiliación y pertenencia, y la percepción de la intensidad de este ataque, contrario a lo propuesto por Brown y Levinson, puede acentuarse con el uso de la ironía.

Quiero agradecer a todas las personas que me apoyaron en la realización de este trabajo, a los profesores y alumnos involucrados por parte de la Universidad Paris 3 –Sorbonne Nouvelle, por su apoyo en la formulación de la versión francesa del instrumento, y su aplicación a los sujetos franceses; y a los profesores y alumnos involucrados por parte de la Universidad Nacional Autónoma de México, quienes me apoyaron a la revisión del instrumento en su versión en español, así como a su aplicación. Agradezco de igual manera a las instituciones educativas cuyas facilidades brindadas hicieron posible la realización de este estudio.

Planteamiento del problema

Como mencioné anteriormente, esta investigación surge con la idea de que, a pesar de que la percepción y aceptación de la ironía es inicialmente de carácter individual y personal, existen normas sociales que permiten o castigan su uso en ciertas culturas y contextos específicos.

Con esta idea en mente, decidí acercarme a investigaciones similares, las cuales resultaron ser inexistentes o sumamente escasas. Por ello opté por realizar una investigación de carácter cuantitativo donde se pudiera contrastar la percepción de la ironía, limitando su estudio al acto verbal de la queja y aplicándolo a dos sociedades diferentes: la sociedad mexicana y la sociedad francesa.

Preguntas de investigación

Las preguntas a partir de las cuales se desarrolló la presente investigación son las siguientes:

1. ¿Hay una diferencia significativa en las percepciones del uso de la ironía en las quejas entre los sujetos mexicanos y los sujetos franceses?

2. Si existe tal diferencia, ¿cómo se pueden explicar algunos malentendidos interculturales entre mexicanos y franceses derivados del uso de la ironía?
3. ¿Qué variables afectan la aceptabilidad de la ironía en ambas culturas?
4. ¿Hay diferencias pragmáticas que permiten el uso de la ironía en una cultura y lo sancionan en la otra?

Objetivos

Para llevar a cabo este trabajo experimental, se consideraron tres objetivos, uno principal y dos secundarios:

1. Contrastar las percepciones de aceptabilidad reportadas por sujetos franceses y mexicanos en actos de habla de crítica a alguno de los hablantes o a un tercero expresada por medio de enunciados irónicos y literales.
2. Establecer a qué variables sociales se asocian las diferencias estadísticamente significativas en los datos observados entre los dos grupos de sujetos
3. Proponer explicaciones para malentendidos potenciales a partir de los resultados obtenidos y la teoría de la cortesía verbal y la teoría de la relevancia.

Metodología

Se realizó una investigación de tipo cuantitativo en la que se aplicó un instrumento basado en pruebas de juicio de preferencia y aceptabilidad que permitió observar y cuantificar la percepción que tienen mexicanos y franceses de la ironía utilizada para quejas o reproches en interacciones interpersonales.

Se analizaron los datos obtenidos por medio de una prueba estadística y se propusieron explicaciones a malentendidos interculturales potenciales generados a partir del uso de la ironía en el contexto de la crítica personal, para lo cual se utilizaron la teoría de la Cortesía Verbal (Brown y Levinson, 1987) y la teoría de ironía como mención ecoica (Sperber y Wilson, 1981).

Marco teórico

Este estudio está fundamentado teóricamente en dos teorías: la Teoría de la Cortesía Verbal (Brown y Levinson, 1987), teoría que retoma el concepto de “imagen pública” (*face* en inglés) concebido por Erving Goffman, el cual supone que los humanos nos encontramos en una “puesta en escena permanente”, y que tenemos dos necesidades que coexisten en nuestro interior: la necesidad de distancia hacia los demás y la necesidad de aprobación y comunión entre nosotros; a estas necesidades les llama “imagen negativa” e “imagen positiva”, respectivamente.

La segunda teoría que enmarca este estudio considera a la ironía como una mención ecoica donde el hablante “imita a aquellos con los que no está de acuerdo, afirmando ficticiamente lo que ellos hacen o podrían afirmar.” Explican, contrario a la visión clásica empleada por Grice y retomada por Brown y Levinson, que la ironía es un tipo de expresión atributiva, es decir, que atribuye

información a alguien que existe o a algún tipo de personas o a la gente en general, sin embargo tiene la característica de ser disociativa, es decir, el hablante se “disocia” del pensamiento o expresión a la que hace eco, por lo tanto, para los autores, la ironía verbal consiste en hacer eco de un pensamiento o expresión implícitamente atribuido con una actitud implícitamente disociativa. (Sperber y Wilson, 2012)

Organización de la tesis

La presente tesis se encuentra organizada en cuatro capítulos. En el primer capítulo se pueden encontrar algunas de las propuestas pragmáticas más importantes existentes en torno a la ironía, así como una amplia descripción de las teorías elegidas para esta investigación, y las razones que sustentaron esta decisión.

Posteriormente, encontramos el segundo capítulo, en él se detalla el procedimiento experimental llevado a cabo para este trabajo. En él se pueden encontrar la formulación del instrumento, las decisiones operativas tomadas, y una descripción de los grupos de sujetos entrevistados.

El tercer capítulo está dedicado a la presentación de los resultados y a su análisis. Debido a que esta tesis es principalmente de carácter cuantitativo, la mayor parte de esta sección está compuesta por los datos numéricos encontrados, así como por la aplicación de la prueba estadística elegida.

En el cuarto y último capítulo se encuentra la discusión. En ella se puede ver una propuesta de aplicación de la teoría elegida a los resultados previamente presentados.

CAPÍTULO 1. Marco teórico

La ironía está presente, muchas veces involuntariamente, en un gran número de nuestros intercambios lingüísticos. Creo que todos hemos escuchado a alguien decir “Fulano es muy irónico” o “a Mengano háblale directo porque no entiende la ironía”, pero, ¿qué es?, ¿cuándo la utilizamos?, ¿por qué?

Daré comienzo con algunas de las propuestas más importantes para la caracterización de este fenómeno, que si bien está constantemente presente en nuestra comunicación, puede mostrarse muy escurridizo al intentar definirlo. Quizás sea esta una de las razones que hacen de la ironía un concepto tan interesante y estudiado, distinguido por retar constantemente al razonamiento humano, que ha sugerido múltiples respuestas a estas preguntas desde tiempos inmemorables.

Después de pasar por esta caracterización y haber presentado al lector distintas ideas útiles para definir la ironía, expondré cuál es la que empleo en este estudio y por qué. Permanecerá abierta la pregunta de por qué la utilizamos. Para ayudarnos a responderla introduciré una teoría que propone explicar aquellos intercambios lingüísticos que parecen alejarse de nuestras intuiciones sobre la eficiencia y la racionalidad de la comunicación. Se trata de una propuesta antropológica y lingüística que conocemos como la teoría de la cortesía verbal (Brown y Levinson, 1987), en la que me apoyaré constantemente a lo largo de esta investigación.

1.1 La ironía como fenómeno verbal

Para comenzar entendamos qué es la ironía. A continuación presento tres ejemplos:

- a. “¡No me pudo ir mejor!” (Un estudiante llorando después de un examen muy difícil)
- b. “Acababa de cambiar de celular y muy amablemente me lo robaron”
- c. “Los políticos mexicanos son los más honestos.”

En estos ejemplos lo que busca el hablante es dar a entender algo diferente al contenido literal de su enunciado, es decir, al estudiante le pudo ir mejor, no podríamos decir que algo se roba de manera amable y los políticos mexicanos... En fin, podríamos pensar a partir de estos ejemplos que al ser irónico el hablante buscaba expresar lo contrario a lo que literalmente había dicho, y en realidad, esto se ha propuesto desde la antigüedad. Funciona para algunos casos, pero, ¿qué sucede en el siguiente ejemplo?

- d. ¡Me encanta que me hagan caso! (Dicho por una madre a su hijo, después de pedirle lo mismo diez veces)

¿El hablante está buscando comunicar lo contrario a lo que está diciendo? ¿La madre quiere decir que no le encanta que le hagan caso? ¿Qué le encanta que no le hagan caso? Parece

que no, y que más bien evoca cuánto le gustaría que le estuvieran haciendo caso, y lo absurdo que es tener ese pensamiento en un momento en el que se le está ignorando.

La Real Academia Española (RAE) nos propone la siguiente definición de ironía:

Ironía

Del lat. *ironīa*, y este del gr. *εἰρωνεία eirōneía*¹.

1. f. Burla fina y disimulada.
2. f. Tono burlón con que se expresa ironía.
3. f. Expresión que da a entender algo contrario o diferente de lo que se dice, generalmente como burla disimulada.

1

Por su parte, el Diccionario del Español de México (DEM) nos propone la siguiente definición:

ironía

s f

- 1 Burla sutil en la que generalmente se dice justo lo contrario de lo que se piensa, para hacer más notoria una observación: *amarga ironía*, “¿Estás cansada de tanto trabajar? —le preguntó con *ironía* a su compañera que siempre llega tarde a la oficina”
- 2 Contraste entre la realidad cruel o decepcionante y lo que se espera de ella: “¡Qué *ironía*! Falleció al mes de haberse sacado la lotería”, “Con muchos trabajos consiguió lugar para ese vuelo y el avión se cayó; *ironías* de la vida”

Podemos ver que la definición 1. De la RAE nos da una extensión demasiado abstracta e imprecisa, pues invita a creer que cualquier burla fina y disimulada sería una ironía, lo que me parece incorrecto, como hablante del español y usuario recurrente de la ironía. Como mexicano podría decir que de esta manera podríamos categorizar otros tipos de burla, por ejemplo, el albur.

La definición 2. De la RAE se refiere claramente a la dimensión prosódica, típicamente característica de la ironía, no a la ironía como tal. Es notable, no obstante, que exista un tono irónico, pero no un tono metafórico.

La definición 3. propuesta por la RAE coincide con la definición 1 encontrada en el DEM y ambas señalan que la ironía consiste generalmente en una burla donde se da a entender lo contrario de lo que se piensa o dice, con una intención de burla. Ambas definiciones fallan al tratar explicar situaciones similares a la encontrada en el ejemplo (d) –salvo porque esta definición caracteriza a la ironía como una expresión que da a entender algo diferente de lo que se dice-, además de que prácticamente todas las figuras retóricas podrían entrar en esta categoría, presentándose las circunstancias adecuadas.

¹ *εἰρωνεία* disimulo o ignorancia fingida. Liddell & Scott, A Greek-English Lexicon, v. sub *εἰρωνεία*.

Por último, la definición 2 de ironía propuesta por el DEM habla de un contraste entre la realidad y las expectativas de ella, sin embargo, a pesar de los ejemplos, deja a un lado el carácter lingüístico de esta, así como el proceso cognitivo que lleva a su elección. Me remito a estas definiciones para tratar de mostrar la noción cotidiana de ironía, aunque lo que abordo en este trabajo requiere de una caracterización más técnica y especializada.

Como dije en la introducción, la ironía como fenómeno verbal ha presentado históricamente grandes retos a la mente humana, y sus definiciones han sufrido múltiples modificaciones. A continuación hablaré sobre algunos de estos cambios para invitar al lector a reflexionar sobre el tema, posteriormente haré énfasis en aquella definición que me parece más útil para este estudio debido su flexibilidad para la aplicación en diferentes contextos situacionales y a su poder explicativo.

1.1.1. La ironía como una figura retórica: la tradición griega

La palabra “ironía” tiene sus orígenes en la raíz griega “εἶρων” (eírōn), sustantivo que se refiere a “aquel que dice menos de lo que piensa”; de ella se derivan el sustantivo “εἰρωνεία” (eirōneía), “disimulo”, “ignorancia fingida”, “hipocresía o engaño”, y el verbo “εἰρωνεύομαι” (eirōneyomai), que significa “disimular”, “hacerse el ignorante”.²

Podemos encontrar sus primeros usos documentados en los grandes filósofos griegos. Primeramente en los manuscritos de Platón, donde, al colocarse en el lugar de su maestro, Sócrates, utiliza la ironía como parte de su método dialéctico ya que se dirige a su interlocutor (comúnmente su alumno) como si se tratara de un sabio, de ahí el valor de “engaño” otorgado a la raíz de la palabra. Posteriormente el maestro cuestiona a su alumno con el fin de que éste último alcance el conocimiento escondido en su interior. A este método se le conocerá como *mayéutica*.³

Aristóteles, discípulo de Platón, hace mención de la ironía en su escrito *Ars Rhetorica* que data del siglo IV a. C. y forma parte de una serie llamada *Corpus Aristotelicum*. En este escrito, Aristóteles habla de la *retórica*, considerada el arte de la persuasión, y guía al lector hacia la manera correcta de argumentar y contra argumentar. Aquí Aristóteles caracteriza a la ironía como un tipo de broma sutil, propia de los caballeros; explica que, a diferencia de las bromas comunes, el objetivo de la ironía es la diversión del hablante mismo y no de los demás.

“As to jests. These are supposed to be of some service in controversy. Gorgias said that you should kill your opponents’ earnestness with jesting and their jesting with earnestness; in which he was right. Jestings have been classified in the Poetics. Some are becoming to a gentleman, others are not; see that you choose such as become you. Irony

² Basado en Liddell & Scott (1940) *A Greek–English Lexicon*, Oxford: Clarendon Press.

³ Esta reseña habla únicamente del origen etimológico de la palabra, sin embargo, la mayéutica y la ironía han tomado caminos muy separados. Podemos encontrar ejemplos de esta herramienta filosófica en diálogos como el Teeteto de Platón. Traducción y comentarios del diálogo en Gerena (2008).

better befits a gentleman than buffoonery; the ironical man jokes to amuse himself, the buffoon to amuse other people.”⁴

[En cuanto a las bromas. Estas se consideran de alguna utilidad al momento de la controversia. Gorgias dijo que debes matar la seriedad de tus oponentes con bromas, y sus bromas con seriedad; en ello tenía razón. Las bromas se han considerado un tipo de poesía. Algunas son propias de un caballero, otras no; tu elección dependerá de en lo que quieras convertirte. La ironía corresponde mejor a un caballero que una bufonería; el hombre irónico bromea para divertirse, el bufón para divertir a otras personas.]⁵

A partir de esta breve inmersión en el raciocinio de uno de los más grandes pensadores griegos, podemos notar que las primeras definiciones documentadas de la ironía no la refieren como un acto comunicativo donde se busque expresar “lo contrario” a lo que se dice, sino como una manera inteligente y fina de disimular y “jugar” con lo irrefutable, poniendo en evidencia la capacidad del oyente de comprender tal farsa, y, en el caso de no hacerlo, pudiendo llegar a ridiculizar al interlocutor.

Ahora bien, Aristóteles nos habla de **cómo** debería ser la ironía, pero no nos dice precisamente **qué es o por qué se da**. ¿Qué sucede en las situaciones donde la ironía se usa para crear complicidad entre las personas? Por ejemplo, al quejarse de un mal servidor público “Juan Cárdenas es el diputado más honesto que haya conocido”, o al hablar de un mal día diciendo “¡qué bello día!” Es cierto que se requiere de cierto ingenio para comprenderla (dependiendo de la obviedad de la situación), pero su uso traspasa las fronteras de la retórica para sumarse a nuestra habla cotidiana.

También es importante ver que con los siglos tal definición ha mutado, se ha extendido y adaptado, y se ha añadido un valor de contrariedad a la ironía, ya que por años se ha simplificado al decir que esta comunica lo contrario a lo dicho (podemos verlo en la definición presentada por la RAE). A pesar de esto, la base filosófica se mantiene patente hasta nuestros días pues la ironía mantiene un **sentimiento de farsa, de ingenio y ocurrencia** por parte de los hablantes.

Con el paso del tiempo surgirán diferentes aplicaciones y definiciones de esta forma lingüística según el área o escuela en la que se utilice, desde la filosofía y las artes (por ejemplo, la ironía teatral) hasta el lenguaje corriente. Durante siglos y hasta nuestros días se le verá como una figura retórica más, junto a la metáfora, pero cuya característica esencial será que lo que busca la ironía es expresar algo diferente a lo dicho y se le añadirá también la idea de que comúnmente expresa lo contrario, eso sí, siempre acompañada de cierto grado de ingenio y humor.

1.1.2. La ironía como una implicatura (Grice)

Los primeros intentos pragmáticos documentados con el objetivo de caracterizar la ironía están presentes en la conocida Lógica y Conversación de H. Paul Grice, proveniente de las conferencias

⁴ Aristóteles. *Ars Rhetorica*. Libro 7, parte 18. Traducción al inglés por W. Rhys Roberts (2004)

⁵ Traducción al español por el autor.

William James, llevadas a cabo en Harvard en 1967. Es necesario comprender la propuesta lógica de este pensador para acercarnos a su definición de ironía.

Grice comienza por remarcar las claras diferencias existentes entre el lenguaje formal y sus equivalentes en las lenguas naturales, haciendo notar que, a pesar de la existencia de estas innegables diferencias, la lógica formal puede ser la base de la semántica de estas lenguas, en tanto que los significados adicionales que encontramos en las lenguas naturales pueden explicarse mediante una especie de lógica de la conversación, un sistema inferencial que da cuenta de las variaciones entre los significados comunicados en la conversación y los estipulados convencionalmente en el sistema lingüístico.

Consideremos la siguiente pregunta: ¿Cómo es que podemos comprender perfectamente el significado de tantas expresiones propias del lenguaje natural rodeadas de inferencias y argumentos cuya comprensión utilizando únicamente la lógica formal sería en un gran número de ocasiones imposible o desacertada?

Observemos las siguientes situaciones:

- (1) Se averió el motor. (Un hombre dirigiéndose al responsable del taller mecánico)
- (2) Se averió el motor. (Un hombre dirigiéndose a su esposa durante la comida en casa)
- (3) Se averió el motor. (Un hombre dirigiéndose a un conocido comprador de coches usados)

Podemos notar que en los tres ejemplos anteriores se presenta el mismo conjunto de palabras; se trata de una expresión indicativa afirmativa que expresa que hubo un cambio en el estado del mundo, esta descripción podría continuar. Sin embargo, existe una gran diferencia en cada una de ellas: la situación de enunciación, aquí presentada entre paréntesis. Al considerar el lugar donde se enuncia y la persona a la que se dirige el hablante, podemos esperar que tanto el objetivo de éste, como el resultado que obtenga de su interlocutor en cada una de las situaciones mencionadas sea diferente:

Considerando la información proporcionada, en (1) se puede esperar que el responsable del taller mecánico lo vea como una petición, la cual podría reformularse como “revise el motor”, incluso podría significar, bajo ciertas circunstancias en el mundo, algo como “¿cuánto me va a costar?”

Podemos realizar el mismo ejercicio con los ejemplos (2) y (3), y posiblemente obtendremos resultados muy diferentes. Es a partir de esto que Grice se plantea las siguientes preguntas:

- ¿Qué sucede en el mundo y en la mente de los hablantes que afecta de tal manera el intercambio lingüístico para dar lugar a interpretaciones tan diversas de la misma realización verbal?

- ¿Cómo es que, a pesar de esto, este tipo de intercambios forman parte de un sistema racional altamente comprensible por cualquier hablante competente de la lengua y no de un sistema caótico irracional?

A continuación presento un extracto de la publicación original:

“Our talk exchanges do not normally consist of a succession of disconnected remarks, and would not be rational if they did. They are characteristically, to some degree at least, cooperative efforts; and each participant recognizes in them, to some extent, a common purpose or set of purposes, or at least a mutually accepted direction. (...) We might then formulate a rough general principle which participants will be expected (*ceteris paribus*) to observe, namely: Make your conversational contribution such as required, at the stage at which it occurs, by the accepted purpose or direction of the talk exchange in which you are engaged. One might label this the COOPERATIVE PRINCIPLE.” (Grice, 1975)

[Nuestros intercambios conversacionales no consisten normalmente en una sucesión de comentarios inconexos, y no serían racionales si lo hicieran. Son característicamente, al menos hasta cierto punto, esfuerzos cooperativos; y cada participante reconoce en ellos, hasta cierto punto, un propósito común o un conjunto de propósitos, o al menos una dirección mutuamente aceptada. (...) A partir de esto podríamos formular un principio general aproximado que los participantes deberán observar (*ceteris paribus*), a saber: Haga su contribución conversacional según se requiera, en el momento en el que ocurre, por el propósito o dirección aceptados en el intercambio comunicativo en el que está involucrado. Uno podría llamar a esto el PRINCIPIO DE COOPERACIÓN.]⁶

Con esto, Grice nos invita a ver a la comunicación como una actividad racional, y por lo tanto cooperativa. El Principio de Cooperación no es un principio descriptivo o normativo, sino un estándar contra el cual los participantes en la conversación evalúan hipótesis diversas sobre el significado que un hablante pretende comunicar.

Retomemos los ejemplos anteriormente propuestos:

- (1) Se averió el motor. (Un hombre dirigiéndose al responsable del taller mecánico)
- (2) Se averió el motor. (Un hombre dirigiéndose a su esposa durante la comida en casa)
- (3) Se averió el motor. (Un hombre dirigiéndose a un conocido comprador de coches usados)

Considerando a la comunicación como una actividad racional cooperativa, y tomando en cuenta la información proporcionada, sería inesperado que en (1), el responsable del taller comprendiera la expresión “se averió el motor” como un simple comentario de parte del hombre para hacerle saber lo que le sucedió a su vehículo, por lo que no esperaríamos una respuesta de

⁶ Traducción propia.

tipo “pues llévalo a arreglar”, respuesta muy aceptable si se tratara de (2); lo mismo sucede con una respuesta del siguiente tipo: “te ofrezco \$25,000”.

Lo que explica Grice es que lo anterior no solo puede suceder, sino que sucede, y cuando lo hace es porque hay una o más capas de información solo evidentes al considerar otros aspectos presentes en el intercambio lingüístico.

Para extender su definición de Principio de Cooperación, Grice propone cuatro categorías, a las que denomina máximas. Estas categorías consisten en una división del principio de cooperación general y se presentan de la manera siguiente:

Máxima de cantidad: sé tan informativo como el intercambio actual lo requiera y no des más información de la requerida.

Máxima de calidad: Intenta hacer que tu contribución sea verdad.

Máxima de relación: Sé relevante.

Máxima de modo o manera: Sé claro.

Grice expone que estas máximas, al ser solamente parte de un parámetro de racionalidad conversacional, no siempre son seguidas por los hablantes, a veces por imposibilidad de conciliarlas todas a la vez, a veces para dar pie a la derivación de significados adicionales a lo dicho explícitamente y que, al serlo, los oyentes son capaces de identificar mensajes comunicados de manera no explícita, para mantener la suposición de que, en algún nivel, el hablante está siendo cooperativo.

Estos contenidos inferidos por el escucha a partir de una lógica dictada por el principio conversacional de cooperación, cuando son imputables a la intención comunicativa de un hablante, se caracterizan con el nombre de “implicaturas”.

Observemos los siguientes ejemplos considerando existente el Principio de Cooperación expuesto por Grice:

(1) A: Se averió el motor. (Un hombre dirigiéndose al responsable del taller mecánico)

(1a) B: Lo voy a revisar, ¿hace cuánto que no le hace servicio?

(1b) B: Solo aceptamos pago en efectivo, los lunes tenemos descuento del 10%.

En (1a) vemos una clara violación a la máxima de relación, el responsable del taller mecánico está pidiendo información que parece distante a la que presentó el hombre, sin embargo, podríamos explicar esto con la inherente relación entre el servicio mecánico a un vehículo y la posibilidad de que éste falle.

En (1b) vemos una violación a las máximas de relación y cantidad, pues no existe una conexión preestablecida entre el auto averiado y los descuentos en el taller, sin embargo, no sería

difícil reconocer tal relación para un hablante adulto con alguna experiencia en vehículos y los gastos que conlleva su posesión, incluso podría notar un intento de persuasión por parte del responsable del taller mecánico.

(2) A: Se averió el motor. (Un hombre dirigiéndose a su esposa durante la comida en casa)

(2a) B: Y también la lavadora, la estufa, y ni decir del microondas...

(2b) B: Tenemos que llevarlo a que arreglen el aire acondicionado, a la pintura, y al taller.

En (2a) podemos ver otra violación a la máxima de cantidad, pues, a pesar de que la respuesta de la esposa está relacionada con lo dicho por el hombre (se trata de más averías), podría parecer que está dando información de más. Esto se podría ver como una especie de queja hacia el marido.

En el caso de (2b), esta respuesta podría entenderse como una violación a la máxima de modo o manera, ya que la esposa está respondiendo de forma no clara, en este caso, desordenada: uno esperaría que mencionara primero lo más importante (el motor en el taller). Se pueden pensar varias explicaciones para esta respuesta, mi propuesta es que la esposa dice las cosas menos importantes primero para que el hombre no las olvide al poner en primer plano la situación del motor.

(3) A: Se averió el motor. (Un hombre dirigiéndose a un conocido comprador de coches usados)

(3a) B: Así me será más fácil venderlo.

(3b)B: ¡Uy! ¡Y eso es lo más fácil y barato de arreglar!

En (3a), el comprador de coches usados está respondiendo con algo que claramente no es verdad, esta sería una violación a la máxima de calidad: Un auto con el motor averiado es más difícil de vender que uno con el motor en buenas condiciones (considerando únicamente la información provista).

En el ejemplo (3b) sucede algo similar al ejemplo anterior, se trata de una violación a la máxima de calidad. El comprador de autos está diciendo que una avería de motor es la más fácil y barata de arreglar, lo cual será fácil de contradecir.

Es aquí donde podemos encontrar los primeros intentos pragmáticos para describir la ironía. Grice la presenta como un caso en el que el **hablante viola ostensivamente la máxima de calidad**, pues esta dicta que esperamos que el hablante diga algo que él mismo considere verdadero, y al no ser éste el caso (y ser esto de conocimiento de ambos interlocutores), el oyente podrá deducir que el hablante desea comunicar un contenido contrario o contradictorio a lo dicho. Este contenido se comunica como una implicatura.

Este primer acercamiento que hace Grice a la ironía es muy breve, la presenta como un tropo, es decir, como un enunciado con un sentido figurado distinto a su sentido literal. Los otros tropos que expone son la metáfora, donde el oyente interpreta un mensaje semejante o con un sentido similar a lo dicho, la subestimación (*understatement*), donde se le quita fuerza o

importancia a lo dicho, y el oyente lo puede notar, y la hipérbola, donde sucede lo contrario, esta vez el hablante exagera algo pequeño o de poca importancia. En todos estos casos el oyente es capaz de interpretar las implicaturas pues comparte información de fondo con el hablante.

Como dije anteriormente, para caracterizar a la ironía, Grice retoma la visión clásica de que esta consiste en decir una cosa y comunicar lo contrario, y explica que se puede entender debido a la violación de la máxima de calidad, sin embargo, esto sigue sin explicar el ejemplo de la madre que dice al niño “me encanta que me hagan caso”, donde claramente la madre no quiere expresar lo contrario a lo dicho.

Otro gran hueco en torno a la ironía que permanece abierto a pesar de los intentos de Grice es la explicación de su existencia, es decir ¿por qué la utilizamos? Comprender una expresión irónica es claramente más complejo y requiere más trabajo cognitivo que comprender una expresión directa. Además de que usar la ironía simplemente porque sí sería muy absurdo; imaginemos que un doctor prohíbe el paso a un paciente al quirófano sin una razón aparente, solo por el hecho de ser irónico. Pensar en un panorama similar es ridículo, pues bajo tales condiciones la comunicación sería un caos.

A pesar de que la caracterización de Grice no profundiza más en la ironía y no intenta explicar tales preguntas, es importante considerarla pues de ella surgen múltiples ideas y propuestas. A continuación veremos algunas de las más documentadas.

1.1.3 La ironía como un caso de uso ecoico implícito (Sperber y Wilson)

Sperber y Wilson (1978) se dan cuenta de estos problemas y recurren a una distinción surgida en la filosofía del lenguaje que piensan que puede resolverlos: la diferencia entre *uso* y *mención* de una expresión lingüística. Cuando alguien dice “Debemos ir a Xochimilco”, está usando la palabra “Xochimilco”, pero cuando dice “‘Xochimilco’ se escribe con x” no está usando la palabra en un sentido referencial, para identificar la locación que conocemos con ese nombre. Está mencionando a la expresión misma. Es la expresión “Xochimilco” misma la que se escribe con x y no el lugar, entre otras cosas, porque un lugar no se escribe de ninguna manera.

Sperber y Wilson piensan que en los casos de ironía, los hablantes no usan, sino que mencionan un contenido para tomar alguna actitud hacia el mismo, específicamente, una actitud que ridiculiza lo pertinente de enunciar ese contenido en la situación de emisión. En el ejemplo clásico de “Qué bonito clima para un día de campo” dicho cuando llueve a cántaros, el hablante quiere comunicar que es ridículo pensar que ese clima es adecuado para un día de campo.

Así, para Sperber y Wilson, la esencia de la ironía no es decir una cosa para comunicar lo contrario, sino mencionar un contenido atribuido implícitamente a alguien diferente al hablante en el momento de la enunciación, y expresar de manera implícita una actitud de disociación del mismo, sugiriendo que es ridículo sostener la veracidad de ese contenido.

El hablante que emite “me encanta que me hagan caso” cuando nadie le hace caso, no cree algo diferente de lo que dice. Simplemente señala de manera implícita que en la circunstancia

de emisión es ridículo albergar ese pensamiento, porque precisamente, se le está ignorando. Al hacerlo implícitamente, el hablante siempre puede negar que se haya quejado, que esté reclamando atención, etc. a la vez, puede construir cierta complicidad con el oyente al haber logrado que él identificara el contenido implícito de su emisión.

Esto es más racional que decir una cosa para comunicar lo contrario sin una razón evidente. Notemos, además, que todos los casos en los que el hablante dice una cosa y comunica lo contrario caben también dentro de esta explicación.

Otra distinción a la que hay que aludir para poder comprender a profundidad este pensamiento es aquella que plantean Sperber y Wilson (1986), quienes distinguen entre dos dimensiones del lenguaje, y es que cualquier enunciado puede representar cosas de dos maneras distintas: como un uso descriptivo y como un uso interpretativo. El uso descriptivo se da cuando el enunciado representa el estado del mundo tal como es, mientras que encontramos el uso interpretativo cuando el enunciado representa otro estado del mundo con un contenido proposicional muy similar.

Inicialmente, Sperber y Wilson (1987) presentan la ironía como una mención, es decir, una reproducción idéntica a lo que se refieren, sin embargo, más adelante refinarán este pensamiento notando que realmente se trata de un uso interpretativo de las palabras donde se representa una proposición similar pero no idéntica a la que se refiere.

Además de esto, estos primeros acercamientos de Sperber y Wilson a la ironía verbal se sofisticaron aún más con el desarrollo de su teoría de la relevancia. La Teoría de la Relevancia es una teoría cognitiva que se desarrolló a partir del interés de Sperber y Wilson de dar un contenido más preciso y teórico a muchas nociones que el acercamiento de Grice dejaba imprecisas, en particular, la noción de *relevancia*.

Una de las principales diferencias entre Grice y la teoría que elaboraron Sperber y Wilson es que estos autores pretenden anclar a la teoría pragmática dentro de una teoría más amplia sobre la cognición. Comunicarnos es, entre otras cosas, procesar información en un contexto.

“According to relevance theory, utterances raise expectations of relevance not because speakers are expected to obey a Cooperative Principle and maxims or some other specifically communicative convention, but because the search for relevance is a basic feature of human cognition, which communicators may exploit.” (Sperber y Wilson, 2004: 250)

[Para la teoría de la relevancia, los enunciados levantan expectativas de relevancia, no porque se espere que los hablantes obedezcan un Principio de Cooperación y máximas o alguna otra convención comunicativa específica, sino porque la búsqueda de relevancia es

una característica básica de la cognición humana, la cual puede ser explotada por los hablantes.”]7

Más adelante, los autores se referirán a aquellos inputs relevantes para el individuo como aquellos que interactúan con la información previa para producir información nueva (implicación contextual), reforzar un supuesto previo o contradecir y eliminar un supuesto previo, efectos a los que identifican con el nombre de “efectos cognitivos positivos”, y a la vez no requerir esfuerzo de procesamiento innecesario.

Existen múltiples huecos en la definición tradicional de ironía al verla como “decir lo contrario a lo que se quiere expresar”. Uno de ellos es la incapacidad de explicar situaciones irónicas donde la “implicación contextual” no corresponde a lo contrario de lo lingüísticamente expresado, como en el ejemplo presentado al inicio de este capítulo (d) donde una madre dice irónicamente a su hijo “me encanta que me hagan caso”. En tal situación, la madre no está queriendo comunicar que “no le encanta que le hagan caso”, más bien podríamos decir que comunica que esperaría que su hijo le hiciera caso.

“(…) irony consists in echoing a thought (e.g. a belief, an intention, a norm-based expectation) attributed to an individual, a group, or to people in general, and expressing a mocking, skeptical or critical attitude to this thought.”8

[(…) la ironía consiste en hacer eco a un pensamiento (por ejemplo, una creencia, una intención, una expectativa basada en normas) atribuido a un individuo, un grupo, o a la gente en general y expresar una actitud de burla, escéptica o crítica a este pensamiento”].
9

Explican, contra la visión clásica empleada por Grice, que la ironía es un tipo de expresión atributiva, es decir, que el hablante le atribuye a alguien diferente a sí mismo en el momento de la enunciación una creencia o pensamiento sobre algo o alguien. La enunciación irónica tiene la característica de ser disociativa, pues el hablante se disocia o separa del pensamiento o expresión a la que hace eco, por lo tanto, **la ironía verbal consiste en hacer eco de un pensamiento o expresión implícitamente atribuido a alguien que no es el sujeto enunciativo en el momento de la enunciación, expresando simultáneamente hacia dicho contenido una actitud implícitamente disociativa.** (Wilson y Sperber, 2012)

Retomando el ejemplo anterior (d) de la madre diciendo de manera irónica a su hijo “me encanta que me hagan caso”, podríamos decir que se trata de una afirmación que hace eco del supuesto popular de que un hijo debería hacer caso a su madre, o incluso, del sentimiento propio de la madre en una situación en la que resulta ridículo hacerlo, como si estuviera satisfecha de que se le estuviera haciendo caso. Al decir esto, la madre se distancia junto con su hijo de esta creencia

⁷ Sperber y Wilson, 2004: 250. Traducción propia.

⁸ Sperber y Wilson, 2012: 125.

⁹ Traducción propia.

popular y, sobre todo, de la pertinencia de enunciarla en tal situación. Expresa, además, una actitud implícita crítica.

Ver a la ironía de tal manera nos permitirá, dentro del contexto en el que se encuentra este trabajo, proponer explicaciones más adecuadas de las ofrecidas por Brown y Levinson (1987) cuando señalan a la ironía como una estrategia de cortesía, pues permite relacionar situaciones con creencias y normas morales asociadas a las culturas estudiadas, así como observar la sensibilidad adoptada al disociarse el hablante de tales creencias y modelos sociales.

1.1.4 La ironía como un caso de simulación (Clark y Gerrig)

Otra importante propuesta moderna que busca comprender la ironía y explicar su existencia es aquella de Clark y Gerrig (1984). Ellos retoman y amplían el significado etimológico de la palabra ironía (*eirōneía*) que alude al concepto de “simulación” e “ignorancia”, y, a partir de sugerencias de Grice y Fowler, proponen una teoría de la ironía como simulación.

Esta teoría sugiere que **al ser irónico, el hablante simula ser alguien insensato o irracional dirigiéndose a una audiencia ingenua**. A partir de este supuesto, el hablante espera que la audiencia descubra esta farsa y así pueda notar su actitud hacia sí mismo, la audiencia y el enunciado, y así descodificar el mensaje.

Tal teoría de la ironía surge como respuesta al experimento de Jorgensen, Miller y Sperber¹⁰ (1984), y muestra una visión crítica a la teoría de mención ecoica descrita previamente. Ambas teorías rechazan las propuestas clásicas retomadas por Grice, que comparten la idea de que el hablante intenta comunicar lo contrario a lo dicho, y ambas proponen una lógica para explicar su uso, y pueden parecer, hasta cierto punto, muy similares.

La gran diferencia entre estas dos teorías es que esta última ofrece ver la ironía como una simulación y no como una mención, esto como continuación de las palabras de Grice “para ser irónico se necesita, entre otras cosas, simular (hacer como si)” (Grice, 1975).

Para ejemplificar consideremos la siguiente oración:

(1) ¡Qué limpia está la escuela hoy! (en una situación claramente irónica)

Para Clark y Gerrig, el enunciador estaría fingiendo ser alguien quien pensaría que la escuela, en su evidente estado de descuido, está muy limpia, y siendo esto claramente ajeno a la lógica, el oyente podría reconocer la ironía y la actitud negativa del hablante hacia las condiciones del lugar. Por otro lado, Sperber y Wilson lo verían como una disociación entre el hablante y lo enunciado, donde se hace eco de las aspiraciones universales de que una escuela (o prácticamente cualquier lugar público) debería mantenerse limpio, de esta manera el oyente podría reconocer la ironía y la actitud del hablante.

¹⁰ Los autores realizaron un experimento para probar la teoría de mención ecoica realizando pruebas de comprensión de anécdotas incluyendo u omitiendo antecedentes de la mención propuesta.

Wilson, en su artículo *The pragmatics of verbal irony: Echo or pretence?* (2006), ofrece argumentos para rechazar la teoría sobre la ironía como simulación. Uno de ellos es la necesidad del oyente de compartir con el hablante conocimiento de aquello a lo que se hace eco para poder comprender la ironía, característica esencial de una mención ecoica pero no de una simulación. A continuación presentaré algunos ejemplos donde la visión de Clark y Gerrig no es suficiente para describir el carácter irónico de los enunciados:

(2) ¡Qué bien te fue en el examen! (dicho de manera irónica por un alumno A dirigiéndose a un alumno B al que le fue muy mal)

En este ejemplo es indispensable considerar el conocimiento previo a la enunciación y las expectativas que tienen el hablante y el oyente de los resultados del examen. En el caso de que la calificación esperada fuera negativa (el alumno no se preparó para el examen), la actitud irónica en (2) sería menos aceptable, ya que los participantes tendrían una expectativa negativa y al recibir resultados afines con las expectativas, habría poco lugar a una actitud de burla o humor.

Ahora bien, en el caso de que la calificación esperada fuera positiva, el uso de la ironía en (2) sería más aceptable, esto se debe a que al recibir un resultado negativo frente a expectativas positivas, cabría lugar a una burla de parte de A a B, siendo que si hay tales expectativas, se esperaría que éste último hubiera presumido o alardeado de su trabajo, por lo que la actitud disociativa sería dirigida a tal presunción o alarde.

Consideremos ahora la siguiente situación:

(3) ¡Qué mal te fue en el examen! (dicho de manera irónica por un alumno A dirigiéndose a un alumno B al que le fue muy bien)

Aquí es indispensable, una vez más, considerar el conocimiento previo y las expectativas de los participantes. Si estas expectativas hubieran sido negativas, al obtener un resultado negativo la ironía sería bastante aceptable, pues se trata de una burla o ironía “positiva” donde se exalta algo positivo contrastándolo con algo negativo.

Ahora bien, en el caso contrario, donde las expectativas son positivas habría poco lugar para la ironía, lo ilustraré de la siguiente manera:

(4) B: Estudié mucho, me va a ir muy bien en el examen
– Le va muy bien en el examen –
A: ¡Qué mal te fue!

Esto se podría explicar porque la mención ecoica (más adelante, uso interpretativo) requiere de una idea o mención previa o accesible que prepare a los hablantes para la ironía, algo que no sucede al considerar únicamente la idea de simulación, además de que, si se tratara de una simulación, podríamos pensar que cualquier expresión podría dar lugar a ella, sin darnos una razón evidente del uso y la selección de esta frente a una expresión directa, problema que se resolvería al pensar que parte de la intención del hablante es comunicar su actitud y no solo simular.

A partir de los ejemplos anteriores concluyo que, aunque ambas teorías se alejan de la visión clásica retomada por Grice y buscan explicar la ironía añadiendo la actitud y postura del hablante, sus bases filosóficas y cognitivas son muy diferentes. Los argumentos proporcionados por Wilson (2006) en contra de la teoría de simulación me parecen sólidos y potencialmente útiles al considerar los objetivos de esta investigación, por lo que dejaré de lado esta última propuesta.

1.1.5 La ironía como negación indirecta (Giora)

Otro importante acercamiento a la ironía es aquel ofrecido por Giora (1995), quien nos la presenta como una especie de negación indirecta. Para ella, comprender la ironía no implica cancelar el mensaje indirectamente negado y reemplazarlo con el implicado (opuesto a lo dicho por Clark y Gerrig, 1984, y Grice, 1975), sino en procesar ambos mensajes para calcular la **diferencia entre los dos**. Es decir, Giora ve la ironía como una forma de negación que no requiere un marcador explícito.

Este acercamiento está postulado en términos de negación, y la autora hace uso de resultados de experimentos donde se analiza el tiempo de procesamiento ante negaciones literales e irónicas. Nos dice que entender la ironía como una simulación o como una mención ecoica no explica por qué el tiempo de procesamiento al escuchar un enunciado irónico es mayor que al escuchar un enunciado directo, esto basado en los estudios experimentales de Gibbs (1986a,b).

Una de las diferencias principales entre ver la ironía como una negación indirecta y como una mención ecoica es que este último acercamiento formula que toda enunciación siempre tendrá más de una interpretación, y que el hablante puede elegir la negación indirecta (lectura irónica) frente a la formulación directa o literal, ya que puede ser menos agresiva y cargar información adicional en función del contexto.

Es decir, si el hablante dice de manera irónica “qué buen día es hoy” en un mal día, el oyente tiene que pasar por un proceso de selección donde siempre se enfrentará a dos opciones de lectura: una literal, es decir, que realmente es un buen día, y una irónica, es decir, la negación de lo que ha dicho.

Curcó (2000) ofrece una respuesta crítica a este enfoque, enfrentando la propuesta de Giora (1995) contra la propuesta de Wilson y Sperber (1992) y favoreciendo a esta última. Basa parte de sus argumentos en la teoría de la mente, a la cual conciernen los estados mentales, creencias, pensamientos e intenciones de los demás, la cual se divide en dos “niveles”: teoría de la mente de primer y segundo orden. A la de primer orden corresponde el pensamiento de tipo “yo pienso que ella piensa eso”, mientras que a la de segundo orden corresponde el pensamiento de tipo “[yo pienso que] él piensa que ella piensa eso”. Los resultados de los experimentos de Happé (1993) con sujetos autistas que padecen déficit en el grado de teoría de la mente que poseen son explicables solamente por medio de la explicación de Wilson y Sperber.

Explica que si consideramos el proceso de comprensión de la ironía como lo propone Giora, se trataría de “una simple computación de la diferencia entre el mensaje explícito y el

mensaje implicado” (Giora, 1995), lo cual correspondería a un proceso de primer orden de la teoría de la mente, mientras que en la realidad, la comprensión de la ironía evoca un proceso de segundo orden pues requiere de un procesamiento más abstracto de las intenciones del hablante.

Además de esto, Curcó demuestra que Giora no considera la caracterización de la ironía por parte de la Teoría de la Relevancia en su totalidad, ya que para tratarse de un enunciado ecoico, el hablante debe “atribuir un pensamiento o enunciado a un sujeto distinto de sí mismo en el momento de la enunciación” (Curcó, 2000), aspecto en el que Giora falla al presentar sus ejemplos, es decir, ella critica la propuesta ecoica de ironía presentando ejemplos que no son ecoicos, y por consiguiente no tienen una lectura irónica.

Otro problema que encuentra Curcó en el razonamiento de Giora es que, a diferencia de lo expresado en el artículo de la ironía como negación indirecta, Sperber y Wilson no presentan los enunciados irónicos como más fáciles de procesar que los enunciados literales, sino lo contrario, al considerar esta propuesta de manera correcta, el proceso para comprender los mensajes irónicos sería notoriamente más complejo que el proceso para comprender los mensajes literales.

Podemos notar que Curcó ofrece fuertes argumentos para rechazar la propuesta de Giora, además de que el verla como una negación indirecta nos reduciría el amplio espectro explicativo que nos ofrece el enfoque de la teoría de la relevancia.

1.1.6 Resumen

Primeramente hablé de los griegos, los cuales llevan a cabo un acercamiento a la ironía por medio de la filosofía, de aquí podemos rescatar, teniendo presentes los fines de esta investigación, el hecho de que la palabra tiene sus orígenes etimológicos en torno al concepto de “esconder” u “ocultar” lo evidente. De ahí surge el término que conservamos hasta la actualidad.

Después de esto presenté el primer intento pragmático por definirla, éste surge en Grice (1975), para quien la ironía consiste en una implicatura que surge de la violación a la máxima de calidad, sin embargo este acercamiento es sumamente breve y se limita al razonamiento sobre su interpretación, sin buscar explicar su existencia, además de que mantiene la idea clásica de que la ironía consiste en querer expresar lo contrario a lo que se dice.

Más adelante expuse brevemente la propuesta de Sperber y Wilson (1978), quienes proponen ver la ironía como un caso de uso ecoico implícito donde el hablante se distancia de un pensamiento o expectativa haciendo eco de éste y añadiéndole una actitud propia, normalmente crítica.

Para continuar hablé de algunas de las respuestas presentadas frente a esta última propuesta. Una de ellas nos lleva a considerar a la ironía como una simulación (Clark y Gerrig, 1984). Para fundamentar su propuesta, los autores se dirigen a las raíces etimológicas de la palabra y proponen que al ser irónico, el ironista simula ser alguien diferente a quien es, en un momento diferente al de la enunciación, lo cual es fácilmente reconocido por el oyente, y esto le permite reconocer la actitud irónica.

Posteriormente, y en respuesta a estas propuestas presenté la idea que sugiere ver la ironía como un caso de negación indirecta (Giora, 1995). Esta teoría explica que la ironía consiste en una negación sin una marcación visible, y que para comprenderla, el oyente procesa tanto la versión literal como la versión irónica de lo enunciado, y dependiendo de la situación, optará por una u otra lectura.

Hemos visto algunas de las propuestas que buscan explicar la ironía como un fenómeno verbal, y gracias a esto hemos llegado a formar una base pragmática que nos permita explicar y no solo contemplar dicho fenómeno. Elegí para esta investigación mantenerme dentro del marco de la Teoría de la Relevancia y su caracterización de la ironía debido a su fuerte capacidad explicativa ya que introduce conceptos muy útiles para ahondar en los resultados obtenidos en la parte experimental.

Quiero recordar tres rasgos esenciales que caracterizan a la ironía dentro de este enfoque:

(a) es una variedad de uso interpretativo donde la proposición expresada por el enunciado representa una creencia implícitamente atribuida por el hablante a alguien distinto a él mismo en el momento de la enunciación.

(b) es ecoica, es decir, implícitamente expresa la actitud del hablante hacia las creencias representadas.

(c) la actitud involucrada en el eco es de disociación de los pensamientos a los cuales se hizo eco.

Para recapitular, expondré algunos puntos que considero importante mantener presentes durante los siguientes capítulos en torno a la ironía:

- La ironía no siempre expresa lo contrario o contradictorio a lo que se ha dicho.
- La ironía se caracteriza por presentarse acompañada de pistas únicas a ella, como es el tono de voz irónico característico, debido a esto es difícil colocarla como una estrategia puramente indirecta.
- Es indispensable considerar la actitud del hablante al trabajar con la ironía.
- Es indispensable que el hablante y el oyente compartan conocimiento de aquello a lo que se refiere la ironía (persona, cosa o idea) para alcanzar una eficiencia comunicativa por medio de la ironía.

1.2 La cortesía verbal como fenómeno antropológico, social y verbal

Si asumimos con Grice (1975) y Wilson y Sperber (2012) que la comunicación es racional, y tomamos como medida de racionalidad la eficiencia informativa, no podremos entender por qué a veces en los intercambios conversacionales nos desviamos de la eficiencia informativa, como en la ironía.

Consideremos la siguiente situación:

Una madre pide a su hijo en múltiples ocasiones a lo largo de una hora que lave los platos, el hijo no deja de ver la televisión por lo que, desesperada, la madre se dirige a realizar la acción ella misma.

En su trayecto, la madre dice al hijo:

- (1) Odio que no me hagas caso.
- (2) Me encanta que me hagas caso.

Como podemos observar, el contenido comunicativo de (1) es similar al contenido de (2), sin embargo, en (1) la madre está criticando literalmente la actitud del hijo, mientras que en (2), la madre la está criticando de manera irónica. Vista desde la propuesta de Sperber y Wilson, la madre está haciendo eco de la creencia general de que un hijo debe hacer caso a su madre, o del supuesto implicado de su enunciación, de que ella expresa su placer ante ser escuchada porque lo ha sido, y se está disociando de ella, haciendo ver que es ridículo decir eso y con ello, que sería absurdo esperar algo así de su hijo.

La gran pregunta que propuse al hablar de ironía se mantiene patente: **¿por qué elegir la opción indirecta (por ejemplo, irónica) que evidentemente implica mayor esfuerzo cognitivo sobre la opción literal?** Retomando el ejemplo anterior, yo, como hablante nativo del español podría decir que preferiría la opción irónica (2), a pesar de que su comprensión pueda conllevar un mayor esfuerzo por parte de ambas partes que la versión directa (1).

Estas consideraciones y mi experiencia propia dieron lugar a la intuición de que hay apreciaciones diferenciadas en la percepción de la ironía verbal entre mexicanos y franceses, y que estas están ligadas a pensar que el uso de la ironía en Francia es más aceptable mientras que en México se percibe como algo más agresivo. Después de robustos intentos fallidos por encontrar investigaciones del mismo tipo en estas dos culturas, decidí realizar una investigación experimental que me permitiera respaldar estas ideas.

Dejemos la ironía a un lado y consideremos los siguientes ejemplos:

- (1a) Dame la sal.
- (1b) Como que le hace falta sabor al arroz, no seas malito, gracias.

- (2a) Págame lo que me debes.
- (2b) Hola, disculpa que te moleste, ¿recuerdas esa vez que te presté \$100? Bueno, pues fíjate que a mi perrita le cayeron mal las croquetas nuevas, y, ya sabes que es bien delicadita...

- (3a) Lo siento, choqué tu coche.
- (3b) Hijoles, ya sabes cómo es esto de manejar de noche, uno que ya está viejo... ¿recuerdas lo que le pasó a don Alberto?, bueno, pues...

En todas estas situaciones, la opción directa (a) es aquella que se acerca más a ofrecer un contenido comunicativo puro, claro, y que ofrece menos posibilidad a una interpretación errónea que (b), sin embargo, ¿cuántos de nosotros optaríamos por (a) sobre (b)? En este caso podemos atribuirlo a una noción común de “cortesía”, es decir, decir estas cosas de manera más o menos directa puede parecernos más o menos cortés.

Ahora, observemos los siguientes ejemplos:

(4a) Vas a chocar.

(4b) Como que ese coche rojo se pasó el alto y viene directo a nosotros ¿lo ves tú también? No seas malito, haz algo o vamos a morir.

(5a) Salgan rápido, hay un temblor.

(5b) Disculpen que los moleste, ¿recuerdan esa vez del terremoto que afectó gravemente la Ciudad de México? Bueno, pues en este momento está pasando algo parecido, creo que sería conveniente que salieran, pero no los quiero molestar...

(6a) Policía, ese hombre acaba de robar mi celular.

(6b) Hola, señor policía. Hace dos días compré un celular nuevo, sí, así como el que trae usted, ¿son buenos, no? Pues resulta que ese hombre que va corriendo por allá, sí ese, el de la gorra roja que acaba de tomar el taxi... ese me acaba de robar el mío...

En estos casos es difícil considerar la opción indirecta, y la razón evidente sería que, debido a la situación, la eficiencia comunicativa toma un papel prioritario sobre cualquier otra noción, incluida la de cortesía. Podríamos decir que en estas situaciones lo que menos nos importa es quedar bien ante los demás, ya que nuestra vida o alguna posesión nuestra está en riesgo.

Para vincular estas dos intuiciones, me apoyo en la teoría de la cortesía verbal de Brown y Levinson (1987), quienes sistematizan las razones que llevan a los hablantes a desviarse de la eficiencia informativa en la comunicación. Nos planteamos las siguientes preguntas:

- ¿Por qué una gran parte de nuestros intercambios lingüísticos se realiza de manera indirecta?
- ¿Por qué encontramos en ellos numerosos segmentos que no aportan al contenido proposicional que buscamos transmitir?

Brown y Levinson (1987) proponen que los seres humanos no sólo comunicamos información sobre estados de cosas reales o potenciales en el mundo, sino que al mismo tiempo atendemos otras necesidades de los individuos en sociedad, y que el hecho de que se atiende a tal necesidad, también requiere ser comunicado.

1.2.1 El modelo de Brown y Levinson

Profundicemos en este pensamiento a partir de otro ejemplo:

(1a) Le falta sabor a la sopa.

(1b) Oye, ¿sí le pusiste sal a la sopa? Es que la vez pasada te quedó mejor, como que le falta sabor, seguro es el clima...

En este ejemplo, presentado de manera similar a los anteriores, podemos ver dos opciones de enunciado, uno literal y uno indirecto. Ambos podrían encontrarse en la misma situación: dos conocidos comiendo juntos, uno de ellos preparó la sopa, y el otro, al probarla, descubre que le falta sabor, por lo que hace un comentario negativo. Sin embargo, creo que cualquier hablante competente del español podrá deducir que una de estas posibilidades será más aceptable que la otra.¹¹

Recordemos que numerosos lingüistas, antropólogos y filósofos del lenguaje, entre ellos Grice, Sperber y Wilson, y Brown y Levinson, parten de la idea de que la comunicación es un fenómeno racional, por lo que lo esperable sería que los seres humanos nos orientáramos siempre hacia la eficiencia informativa, sin embargo, no siempre es así.

Pensemos qué otra información se puede comunicar en el ejemplo anterior:

- La persona que hizo la sopa no es buena cocinera.
- La persona que hizo la sopa pudo haberlo hecho mejor.
- La persona que hizo la sopa no es la correcta.
- La persona que hizo la sopa no tiene la experiencia necesaria.
- Se esperaba que la sopa tuviera un buen sabor, y la persona que hizo la sopa falló a esta expectativa.

Esta lista puede ser tan exhaustiva como se desee, pero al final todos los puntos coinciden en algo: la persona que hizo la sopa falló en su tarea y la persona que la probó lo está haciendo evidente. De manera simplificada podemos decir que el hablante buscará formas de “reducir el daño” que implica poner en evidencia las habilidades culinarias del cocinero, frente a lo que se espera de él, y para esto hará uso de diferentes herramientas lingüísticas (1b). Esto puede parecer muy ilógico, pero así sucede en la realidad.

En este apartado no me referiré a la cortesía o cortesía verbal como la noción general alusiva a ser cortés o amable mencionada en un inicio, sino como la **noción técnica** ofrecida por los autores Penelope Brown y Stephen Levinson en su libro *Politeness: Some Universals on Language Usage* (1987), donde intentan describir tal problema, caracterizándolo como un fenómeno universal perteneciente a la especie humana y visible y analizable en todas las culturas.

Este modelo se caracteriza por ofrecer una formulación abstracta cuya finalidad es explicar y predecir una gran cantidad de intercambios lingüísticos indirectos presentes en todas las lenguas.

A continuación hablaré de las bases teóricas en las que se sustenta este modelo.

¹¹ Para realizar este análisis, dejaremos a un lado otros factores situacionales y sociales, como podría ser una situación de enojo entre los hablantes.

1.2.1.1 Los hombres y la divinidad: Durkheim

La comunicación verbal es una forma de interacción social, un intercambio humano. Durkheim (1906) hizo ver que los intercambios humanos son una especie de ritual y describe a los individuos como seres complejos controlados por dos fuerzas internas opuestas en conflicto constante. Por un lado, una necesidad de libertad de acción y de posesión y control, y por el otro, una necesidad de aceptación por los demás y de pertenencia a un grupo.

Durkheim observa que estas necesidades están presentes en niveles distintos permanentemente y lo atribuye a los vestigios de la interacción entre el humano y sus deidades. Explica que el ser humano tiene una necesidad inherente de colocar una distancia entre aquellos seres superiores a los que idolatra, lo que le impide colocarse a su mismo nivel. Explica que para evitar romper esta frontera con los seres sagrados existen normas encargadas de imponer abstenciones por medio de rituales, lo llama *culto negativo*.

Por otro lado, Durkheim nos habla de un *culto positivo*, es decir, que el ser humano a pesar de que no puede traspasar tales barreras, tampoco puede simplemente ignorar la existencia de sus deidades. Estos rituales buscan mantener relaciones positivas y bilaterales con ellos.

“L'êtré sacré, c'est, en un sens, l'êtré interdit, que l'on n'ose pas violer; c'est aussi l'êtré bon, aimé, recherché. Le rapprochement entre ces deux notions sera justifié : 1º Historiquement par les rapports de parenté et de filiation qui existent entre elles ; 2º Par des exemples empruntés à notre morale contemporaine. La personnalité humaine est chose sacrée ; on n'ose la violer, on se tient à distance de l'enceinte de la personne, en même temps que le bien par excellence, c'est la communion avec autrui.”¹²

[El ser sagrado es, en cierto sentido, el ser prohibido, que no nos atrevemos a violar; también es el ser bueno, querido, buscado. La conexión entre estas dos nociones estará justificada: 1º Históricamente por las relaciones de parentesco y filiación que existen entre ellas; 2º Por ejemplos tomados de nuestra moral contemporánea. La personalidad humana es cosa sagrada; no nos atrevemos a violarla, nos mantenemos alejados de la propiedad de la persona, mientras que el bien por excelencia, es la comunión con los demás.]”¹³

Así, los hombres se relacionan entre ellos de manera semejante a como lo hacen con la divinidad: por una parte la deidad no debe ser tocada, por otra, es indispensable estar en comunión con ella. Los hombres necesitan mantenerse a distancia unos de otros y tener autonomía, y a la vez, estar en comunión con los demás. Estas dos necesidades en tensión determinan mucho sobre la manera en la que realizamos nuestros intercambios verbales.

¹² Durkheim, 1906

¹³ Traducción propia.

1.2.1.2 La interacción como una puesta en escena: Goffman

Es a partir del razonamiento de Durkheim, que el sociólogo canadiense y americano Erving Goffman (1967, en Brown y Levinson, 1987) plantea la idea de que las interacciones humanas son en realidad un tipo de puesta en escena. Goffman retoma la idea de rituales positivos y negativos de Durkheim y explica que todos los seres humanos poseemos una especie de máscara a la que investimos afectivamente. También explica que tal máscara puede ser afectada (al ser avergonzados o humillados), mantenida o mejorada, y que además debe ser atendida constantemente a través de las interacciones interpersonales.

Entonces surge la idea metafórica de las interacciones humanas como puestas en escena, donde los hablantes cooperan (y asumen la cooperación de los demás) para mantener este constructo social propio y de sus interlocutores. Si la representación de uno de los actores (hablantes) es afectada, la de los demás también lo será. Estas máscaras recibirán el nombre de "imagen pública" (traducción técnica del término "face" del inglés). A continuación daré una descripción más detallada de su papel en la sociedad.

1.2.1.3 La noción de imagen

Como he explicado, así como Durkheim propuso la idea de rituales positivos con el fin de mantener la comunión entre los humanos, y rituales negativos, con el fin de distanciarlos, la propuesta de la imagen pública de Goffman también es dicótoma: plantea la existencia de una imagen positiva y una imagen negativa que cada individuo en sociedad reclama para sí.

La imagen positiva, presente en cada persona, es su necesidad de pertenecer a un grupo, de ser escuchada, de ser considerada y de ser atendida. Su imagen negativa, en contraste, remite a su necesidad simultánea de distancia, de posesión y control de lo propio, del terreno y de las acciones. En las siguientes secciones profundizaré en estos conceptos básicos.

1.2.1.3.1 La imagen positiva

Para Goffman, esta consiste en la necesidad humana de ser aceptados y pertenecer a un grupo, es decir, una necesidad de comunión (autores como Fant 1989, y Bravo 1998 utilizan el término "afiliación"). La imagen positiva se puede ver afectada en situaciones donde la necesidad lingüística exige a alguno de los hablantes imponer su persona u opinión sobre el otro, por ejemplo al mostrar inconformidad con algo que otro realizó.

Positive face: the positive consistent self-image or 'personality' (crucially including the desire that this self-image be appreciated and approved of) claimed by interactants.¹⁴

[Imagen positiva: la autoimagen consistente y positiva o "personalidad" (que incluye de manera crucial el deseo de que esta autoimagen sea apreciada y aprobada) reclamada por los participantes.]¹⁵

¹⁴ Definición propuesta por Durkheim, 1915, y retomada parcialmente por Goffman, 1967.

¹⁵ Traducción propia

A partir de esta definición, Brown y Levinson nos proponen caracterizar la imagen positiva como el interés de cada miembro adulto competente de que sus intereses sean deseables para al menos algunos otros. Veamos ahora el otro lado de la moneda.

1.2.1.3.2 La imagen negativa

Por otro lado, la imagen negativa consiste en la necesidad humana de tener una libertad de acción, de poseer un territorio, e incluso de distanciarse por motivos sociales (por ejemplo jerárquicos). Al contrario de la imagen positiva, esta no exige comunión con el oyente, sino autonomía, y establece fronteras entre las personas. Un ejemplo de situación donde se afecta claramente de manera negativa esta imagen es al pedir un favor, pues el hablante pide al oyente que cruce esta frontera inmaterial.

Negative face: the basic claim to territories, personal preserves, rights to non-distraction – i. e. to freedom of action and freedom of imposition.¹⁶

[Imagen negativa: el reclamo básico de territorios, reservas personales, derechos de no distracción i. e.: la libertad de acción y la libertad de imposición.]¹⁷

En el caso de la imagen negativa, Brown y Levinson nos proponen caracterizarla como el interés de cada miembro adulto competente de que sus acciones no sean impedidas por los demás.

Podemos resumir esta dicotomía de la siguiente manera: el ser humano tiene presentes en todo momento dos necesidades sociales internas: una necesidad de pertenecer a un grupo y ser aceptado, de agradar a los demás y poder compartir con ellos, a esta se le llamará **imagen positiva**; y una necesidad de ser autónomo y poseer un territorio propio que él pueda controlar, a esta necesidad se le llamará **imagen negativa**.

1.2.1.3.2. El riesgo y la elaboración de la imagen

A partir de estas ideas fundamentales, Brown y Levinson (1987) retoman el supuesto de que todos los adultos competentes tienen, y saben que los demás también tienen, una imagen pública que satisfacer. A la vez, observan que todo grupo tiene un potencial de agresión interna que es necesario contener. Esta agresión entra en juego en las interacciones entre los individuos, porque la imagen de los participantes está continuamente en riesgo. La idea central de Brown y Levinson es que, además de la información que transmitimos en la conversación, es indispensable que al mismo tiempo se comunique que los participantes están atendiendo a las dos facetas de la imagen pública de los participantes. Este supuesto forma la base de la teoría de la cortesía verbal.

Para comunicar que se está atendiendo a la imagen pública, los hablantes pueden desviarse de la eficiencia informativa. De ahí surge lo que los autores llaman “estrategias de mitigación”, es decir, **en función del riesgo de amenaza a la imagen que el acto verbal supone, el hablante elegirá una estrategia “positiva” que manifieste atención a la imagen positiva propia o**

¹⁶ Durkheim, 1915, retomada por Goffman, 1967

¹⁷ Traducción propia

del interlocutor, o una estrategia “negativa”, que despliegue la atención que se da a la imagen negativa. En la sección 1.2.1.5 (Mecanismos y estrategias para resguardar la imagen propia y la del interlocutor) profundizaré en este tema.

Los siguientes son algunos puntos que considero importante destacar con respecto a la noción de imagen pública:

1. Ambas modalidades de la imagen pública (positiva y negativa) coexisten y puede llegar a ser sumamente difícil separarlas, en ocasiones puede ser imposible. Es común encontrar situaciones donde tanto la imagen positiva como la imagen negativa estén en riesgo.
2. La imagen pública está presente en todo momento tanto en el hablante como en el oyente, por lo que un mismo enunciado puede amenazarla de maneras diferentes durante el intercambio comunicativo, i. e., un mismo acto verbal puede poner en riesgo la imagen pública del hablante y la del oyente de maneras distintas.

Por ejemplo, al disculparse, una persona está poniendo en riesgo su propia imagen pública positiva, ya que está aceptando que falló en alguna acción propia, con lo que atacó la imagen negativa del interlocutor, pero busca la aceptación y comprensión del otro para restaurar su propia imagen positiva. Por otro lado, la imagen pública de su interlocutor también es afectada pues el hablante le está haciendo ver que cometió un error, lo que lo distanciaría de él (imagen negativa), pero que es consciente de su error lo suficiente para buscar conciliación (imagen positiva). De igual manera, la respuesta a esta disculpa afectará la imagen de ambos hablantes.

3. Diferentes estudios han demostrado que la atención a la imagen pública es un fenómeno social universal, y que las sociedades pueden variar en la importancia relativa que dan a preservar alguno de los dos aspectos de la imagen, ya sea la imagen positiva o la negativa.

Ejemplo de ello es la publicación de Curcó y De Fina (2000), quienes sugieren que los mexicanos dan más importancia a la salvaguarda de la imagen positiva que los españoles. Encuentran que los mexicanos consideran muchos interrogativos y diminutivos como mitigadores y que los usan en situaciones donde la imagen positiva podría estar en riesgo, mientras que los españoles pueden llegar a percibir estas formulaciones como descorteses porque minimizan algunas invasiones a la autonomía del otro.¹⁸

4. Retomando el planteamiento de Goffman de que las interacciones verbales son una especie de puesta en escena, podríamos metaforizar la idea de imagen pública como una especie de máscaras presentes en todo momento que cambian según nuestras

¹⁸ Para más ejemplos y un acercamiento más detallado a estas diferencias, ver 1.2.1.4.3 El peso relativo de efectuar el acto de habla en una cultura o situación

necesidades, de manera similar al concepto *persona* del latín¹⁹. Estas necesidades muy pocas veces se limitarán al contenido léxico de nuestros enunciados.

1.2.1.4 Actos que amenazan la imagen pública

¿Es el contenido mismo de nuestras emisiones lo que amenaza a la imagen pública? Más que la información que transmitimos, una unidad discursiva que puede aportar más luz sobre este punto es la noción de acto de habla. La noción más básica y austera dice que, al comunicarse, los individuos no sólo presentan información, sino que también realizan acciones. El término *acto de habla* (traducción de *speech act* en inglés) es presentado por vez primera por John Austin en su libro póstumo *Cómo hacer cosas con palabras* (*How to do things with words*, 1962).

La base de este pensamiento surge cuando Austin nota que en muchas ocasiones los enunciados no se pueden evaluar en términos de verdad, ni relacionar con cosas que suceden en el mundo; por ejemplo, cuando alguien dice “perdón”, no se puede decir que esto sea cierto o falso, más bien diríamos que la persona está realizando la acción de disculparse y que esta puede ser más o menos sincera. Lo mismo sucede cuando un padre bautiza a un niño, o cuando una niña nombra a su primera mascota.

Es entonces que comienza ofreciendo una distinción entre dos tipos de enunciados, aquellos que sí hablan de cosas en el mundo y se les puede atribuir un valor de verdad, que bautiza como *constatativos*; y aquellos que más bien consisten en la realización de una acción, como disculparse, amenazar, quejarse, etc., a los que llama *realizativos* (o *performativos*).

Austin abandona esta distinción inicial al notar que a menudo esta diferencia no es tan evidente, pues existen enunciados constatativos que lucen como realizativos, por ejemplo, al decir “acepto que yo rompí el plato”, se trata de un realizativo pues el hablante está realizando la acción de aceptar una culpa, pero al mismo tiempo está hablando de una condición en el mundo a la cual se podría atribuir un valor de verdad, por lo cual es un constatativo.

Una de las contribuciones más importantes surgidas de este pensamiento es notar que al enunciar, las palabras del hablante tendrán un efecto sobre el o los destinatarios, y podrá afectar sus pensamientos, emociones o actos, así como alguna situación en el mundo. Por ejemplo, al disculparse, el efecto en el oyente puede ser de tipo emocional, al pedir a alguien que abra una ventana, el efecto puede ser que el oyente realice una acción en el mundo, o al nombrar una mascota, el efecto sería que, a partir de ese momento, se relacionará a esta con un nombre propio.

Austin entonces desarrolla esta nueva idea explicando que en realidad todos los enunciados están formados por tres actos que ocurren simultáneamente al momento de la enunciación:

¹⁹ Del lat. *persōna* 'máscara de actor', 'personaje teatral', 'personalidad', 'persona', este del etrusco *persu*, y este del gr. *πρόσωπον* (*prósōpon*). Real Academia Española.

- El *acto locutivo* (o *locucinario*) es la emisión física de las palabras, por ejemplo, decir “yo fui”.
- El *acto ilocutivo* (o *ilocucionario*) es lo que se realiza al decir algo, por ejemplo amenazar, perdonar, disculparse...
- El *acto perlocutivo*, que se refiere a los efectos y consecuencias del acto verbal.

Con el tiempo, el término “acto de habla” se ha ido equiparando con el **acto ilocutivo**, y es este el sentido que tomará en los próximos capítulos.

Brown y Levinson, dentro de su Teoría de la Cortesía Verbal, sostienen que **existen ciertos actos de habla que inherentemente amenazan más notoriamente la imagen pública, positiva y/o negativa de uno o ambos interlocutores**. A estos actos les denominan “*Face-Threatening Acts*”, “FTAs” (la traducción al español es *Actos que Amenazan la Imagen Pública*, AAIPs). El nivel de amenaza o valor de riesgo asignado a dichos actos, como se dijo anteriormente, es en gran parte cultural.

A continuación presento algunos ejemplos de AAIPs:

Quejarse, regañar a alguien: En este caso, el hablante deberá poner una distancia al expresar que su interlocutor realizó algo incorrectamente, es un típico ejemplo de acto que amenaza la imagen positiva de los hablantes.

Pedir un favor, hacer un cumplido: El hablante debe acercarse al oyente, ya sea para expresarle que necesita de su ayuda o para felicitarlo por alguna acción, por lo que su imagen negativa se verá afectada.

Como podemos observar, el acto de habla por sí solo no dicta qué tanto afectará a la imagen pública y de qué manera. Podemos decir que existen tantas posibilidades como existen situaciones comunicativas diferentes, y que dependerán de muchos otros factores, por lo que pedir disculpas después de tirar un vaso de agua no será exactamente equivalente a pedir disculpas por quemar una casa, también dependerá de quién lo dice y en qué contexto situacional, entre otras cosas. Hablaré de estas diferencias más adelante.

1.2.1.4 Factores que inciden en el riesgo de realizar un acto de habla

Brown y Levinson (1987) proponen que el nivel de amenaza a la imagen pública se puede calcular al considerar tres factores sociales: la distancia social entre el hablante y el oyente, el poder relativo del oyente sobre el hablante y el rango de imposición involucrado en la realización del acto verbal dentro de una cultura. Esto se recoge en la siguiente fórmula:

$$Wx = D (S, H) + P (H,S) + Rx$$

Donde:

Wx: El cálculo de riesgo del acto verbal considerando todas las variables.

D (S, H): La distancia social entre el hablante y el oyente.

P (H, S): El poder relativo del oyente sobre el hablante.

Rx: El rango de imposición involucrado en la realización del acto verbal.

Como dije anteriormente, **el riesgo al realizar un acto verbal no depende únicamente del tipo de acto de habla que se analiza**. Brown y Levinson proponen el uso de dos variables sociales para calcular el riesgo del acto a analizar: la distancia social y el poder relativo. Los autores reconocen que se trata de una simplificación, sin embargo sostienen que estas dos variables incluyen la mayor parte de determinantes presentes al efectuar un AAIP.

Brown y Levinson remiten a otros autores²⁰ en cuyos estudios han documentado más factores que sin duda afectan el riesgo presente en un AAIP. Por ejemplo, el hecho de que los participantes se sientan atraídos entre sí, o el hecho de que haya o no un público presente podría aumentar el grado de “formalidad” de la situación, lo que afectaría la decisión de las estrategias a usar por parte del hablante, sin embargo para el alcance de esta tesis nos bastará con utilizar la propuesta original simplificada²¹.

El valor de Rx caracterizado como “el rango de imposición del acto verbal” será invariable para cada uno de las comunidades de habla en esta investigación, ya que, con el fin de analizar la ironía en un contexto inherentemente agresivo para la imagen pública, he elegido mantenerme en el AAIP de la queja interpersonal²². De esta manera, la presencia de la ironía en el acto de queja directa es el objeto de este estudio, al buscar similitudes y diferencias en su uso y aceptación en las dos sociedades estudiadas.

Brown y Levinson explican la variable (Rx) como

“el rango jerárquico de imposición en que la cultura y la situación interfieren con los deseos de autodeterminación o aprobación (necesidad de imagen positiva y negativa) de un agente. [...] Sin embargo, incluso este orden jerárquico está sujeto a un conjunto de operaciones que reacomoda las imposiciones en función de si los actores tienen derechos u obligaciones específicos para realizar el acto, si tienen razones específicas (rituales o

²⁰ Ver, por ejemplo, Holtgraves (1984), Baxter (1984) y Slugoski (1985), todos en Brown y Levinson, 1987).

²¹ Brown y Levinson también refieren otros autores (Grimshaw, 1980, Bates, 1976, entre otros; Ver Brown y Levinson 1987), que apoyan la simplificación de las variables sociales al reducirlas a dos: el poder relativo y la distancia social.

²² Ver sección de Metodología para más detalles.

físicas) para no realizarlo, o si los actores disfrutaran ser impuestos de algún modo.” (Brown y Levinson, 1987)²³

1.2.1.4.1 El poder relativo

El poder relativo consiste en una variable social asimétrica, es decir, que va de un hablante a otro y cuyo valor no corresponderá entre una situación X donde un padre hable a su hijo y una situación Y, donde sea el hijo quien se dirija a su padre. Para tratar esta variable utilizaré situaciones convencionales prototípicas, por ejemplo un ciudadano hablando a un representante de la ley (un policía o un juez), una hija hablando a alguno de sus padres, un alumno dirigiéndose a su profesor, etc.²⁴ Encontrar diferencias significativas en este sector podría significar que las culturas estudiadas asignan valores diferentes a las diferentes relaciones de poder presentadas.

Brown y Levinson definen el poder relativo (P) como

“una dimensión social asimétrica de poder relativo, aproximadamente en el sentido expuesto por Weber. Es decir, P(H,S) es el grado en el que H puede imponer sus propios planes y su propia autoevaluación (imagen pública) a expensas de los planes y la autoevaluación de S. En general existen dos fuentes de P, sea o no autorizada – el control material (de distribución económica o fuerza física) y el control metafísico (de las acciones de otros, en virtud de fuerzas metafísicas suscritas hacia esos otros) [...]”.²⁵

1.2.1.4.2 La distancia social

En cuanto a la distancia social, esta se trata de una variable simétrica, es decir, que la distancia entre S y H será la misma que la distancia entre H y S. Como definición operativa para esta tesis, propongo la distancia social como inversamente proporcional al nivel de familiaridad existente entre los hablantes. Comprendo a la familiaridad como la periodicidad en la que los sujetos se frecuentan, por ejemplo, la familiaridad entre un padre y sus hijos será mayor que la que existe entre dos desconocidos en el transporte público; podríamos afirmar que la distancia social será mayor cuando la familiaridad sea menor, y viceversa. Al igual que en la sección previa, trabajaré con situaciones prototípicas, específicamente entre miembros de una misma familia y desconocidos.

En cuanto a la distancia social, esta trata de una variable considerada por los autores como

“una dimensión social simétrica de similitud o diferencia en la que se encuentran el hablante (S) y el oyente (H) para el propósito del acto estudiado. En muchos casos está basada en la valoración de la frecuencia de interacción y los tipos de bienes (materiales y no materiales, incluida la imagen pública) intercambiados entre S y H [...]. El reflejo de la cercanía social es, generalmente, el dar y recibir recíproco de la imagen positiva.”²⁶

²³ Brown y Levinson, op. cit. Traducción propia.

²⁴ Ver sección de Metodología.

²⁵ Brown y Levinson, op. cit. Traducción propia.

²⁶ Brown y Levinson, op. cit. Traducción propia.

1.2.1.4.3 El peso relativo de efectuar el acto de habla en una cultura o situación

Es necesario señalar que la propuesta de cortesía verbal surge en un entorno académico generativista preocupado por la búsqueda de universales lingüísticos, y rodeado de propuestas interesadas en comparar y enfrentar lenguas diversas en situaciones similares. Podemos esperar que la realización de un mismo acto de habla bajo el mismo contexto inmediato pero en diferentes culturas sea recibida de maneras diferentes.

Brown y Levinson apuntan que al poco tiempo de la publicación de su libro ya había un gran número de estudios usando su teoría como herramienta de trabajo. Algunos de estos estudios fueron realizados en torno a AAIPS específicos, como son las solicitudes y las disculpas, mientras que otros se enfocaron en explicar diferencias y malentendidos interculturales. Muchos de estos estudios apuntan que ciertas culturas dan mayor importancia al resguardo de uno u otro tipo de imagen pública.

Como ejemplo de estudios pragmáticos sobre las estrategias de cortesía y trabajo de la imagen dentro de la sociedad mexicana utilizando la teoría de cortesía verbal encontramos, por ejemplo a Curcó y De Fina (2000), quienes realizaron un estudio comparativo de los juicios de cortesía entre las variantes del español peninsular y mexicano, analizando los efectos de los modos imperativo e interrogativo.

Encontraron que los mexicanos asocian las formulaciones interrogativas y con diminutivos a un nivel mayor de cortesía, mientras que para los españoles, estas formulaciones pueden parecer descorteses. Es común escuchar en el mercado:

(1) Señora, **¿no** me da un **kilito** de jitomatito?

En vez de:

(2) Señora, deme un kilo de jitomate.

Podemos observar tres diferencias evidentes entre (1) y (2):

- (1) está formulado de manera interrogativa, mientras que (2) es un imperativo.
- (1) además está formulado como pregunta negativa.
- (1) hace uso del diminutivo en las palabras “jitomate” y “kilo”.

Pedir algo a alguien es entrometerse abiertamente en su zona personal, es decir, atacamos su autonomía e imponemos la nuestra, lo que se podría considerar como un ataque directo a la imagen negativa del oyente. Para mí como mexicano sería muy difícil realizar una petición como se ve en (2), mientras que (1) me parecería totalmente aceptable, es más, adecuado. Esto se puede explicar si consideramos el uso de los diminutivos y exhortativos como mitigadores que ayudan a proteger la imagen positiva de los hablantes.

Curcó y De Fina (2000) encuentran que estos rasgos no son necesariamente compartidos con otras culturas al realizar el estudio mencionado previamente. Como resultado de estos

estudios surge que los españoles perciben enunciados como el ejemplo en (1) como más descorteses, mientras que para los mexicanos es muy difícil realizarlos sin el uso de estos mitigadores²⁷.

Existen otros estudios de cortesía verbal en la sociedad mexicana, como el trabajo llevado a cabo por Félix-Brasdefer (2006), quien contrasta rechazos y declinaciones entre hablantes mexicanos de español, hablantes norteamericanos de inglés y aprendientes norteamericanos de español. Este autor encontró que existen diferencias significativas en el uso de la negación sin mitigadores “no” para rechazar invitaciones y en las estrategias por los mexicanos para mitigar el rechazo.

En estos estudios podemos apreciar una fuerte tendencia de la sociedad mexicana por mantener y salvaguardar la imagen positiva del hablante y del oyente. Tales resultados se muestran más vivamente en estudios enfocados en actos de habla que amenazan la imagen del hablante, como son los exhortativos, las quejas o los rechazos.

Por otro lado, los estudios de cortesía verbal que contrastan las estrategias de cortesía y trabajo de la imagen entre la cultura mexicana y francesa son escasos, podemos encontrar un manuscrito no publicado por Martineau (2006, n.p.), donde, a partir de un estudio de las interacciones al invitar y responder a una invitación, encuentra que los mexicanos dan más valor a la imagen positiva que los franceses, ya que buscan evitar confrontaciones inherentes al rechazo, dejando siempre abierta la posibilidad de presentarse a las reuniones (aunque sepan de antemano que les será imposible asistir).

Existen, pues, múltiples trabajos descriptivos sobre cortesía enfocados en una u otra cultura. Invito al lector a dirigirse al texto compilatorio de Placencia y García-Fernández (2017) para un conocimiento más detallado en cuanto a estudios de cortesía en países de América Latina, y a los estudios de Kerbrat-Orecchioni (2006, 2011) para estudios referentes a la cultura francesa, entre otros. Considerando los huecos encontrados al contrastar la percepción de cortesía de estas dos culturas, pienso que este trabajo tiene un alto potencial para ofrecer un enfoque fresco y novedoso a los estudios de este tipo.

1.2.1.5 Mecanismos y estrategias para resguardar la imagen propia y la del interlocutor

Una vez consideradas todas las variables (D, P y Rx), se podrá explicar y predecir de manera probabilística el comportamiento lingüístico de los hablantes. Para esto los autores plantean el uso de una jerarquía de estrategias. Es importante explicar que el uso de estas estrategias es de tipo comparativo, es decir que en función del cálculo de riesgo obtenido, las estrategias utilizadas por el hablante serán de nivel mayor o menor: a mayor riesgo, se seleccionará una estrategia de mayor nivel.

²⁷ Se puede leer más sobre este tema en Placencia y García-Fernández (2017)



Figura 1.1 Circunstancias que determinan la elección de una estrategia de cortesía. Traducción propia. (Brown y Levinson, 1987)

En la figura 1.1 podemos ver la propuesta de Brown y Levinson para seleccionar una estrategia comunicativa. Del lado izquierdo vemos la estimación del riesgo de realizar el acto que amenaza la imagen pública y del lado derecho vemos las estrategias a utilizar por el hablante. Este recuadro se puede interpretar de la siguiente manera:

1. Si el cálculo de riesgo es mínimo, podemos realizar el acto de habla directamente, sin compensarlo con alguna estrategia específica.
2. Si el cálculo de riesgo es un poco mayor, utilizamos una estrategia de cortesía positiva, es decir, una estrategia que busque unión o camaradería con el oyente.
3. Si el cálculo de riesgo es aún mayor, utilizamos una estrategia de cortesía negativa, es decir, una estrategia que busque indicar al oyente respeto a su autonomía y su territorio, entendido en sentido amplio.
4. Si el cálculo de riesgo es todavía mayor, utilizamos una estrategia indirecta, decimos algo que nos permita tener una salida al dar lugar a múltiples interpretaciones (aquí colocan los autores a la ironía).
5. Si el cálculo de riesgo es mucho mayor, evitamos realizar el acto verbal.

Ver los intercambios lingüísticos de esta manera dotará a esta propuesta de un fuerte poder predictivo. Observemos los siguientes ejemplos:

- (1) Situación: A va caminando por la calle y ve a su amigo, lo quiere saludar.
A: ¡Hola!

En el ejemplo (1) el riesgo es menor, se trata de personas conocidas y el acto de habla (saludar) no implica un ataque a la imagen de ninguno de los hablantes, por lo que puede realizarse de manera directa.

- (2) Situación: A va caminando por la calle y ve a su amigo, a quien le quiere pedir un favor.
A: Mi tía Rosa te manda saludos, ¿y sabes qué...?, está enfermita, ¿me prestarías tu coche para llevarla al doctor?

En (2) el riesgo es un poco mayor, por lo que A utiliza a una estrategia de cortesía positiva, para ello apela al vínculo que tienen en común (la tía Rosa) y lo utiliza para acercarse al oyente. Además de esta estrategia discursiva, también utiliza una formulación interrogativa y un condicional, los cuales pueden funcionar como mitigadores positivos ante un ataque a la imagen negativa del interlocutor.

- (3) Situación: A va caminando por la calle y ve a su vecino, con el que no tiene una estrecha relación de amistad y que además le debe dinero.
A: Oye, no quisiera molestarte, me da mucha pena, no te pediría algo así si no fuera urgente, pero, ¿tú crees que sería posible que me dieras lo de la tanda?

En (3), el riesgo es mucho mayor, pues, además de que no se trata de un amigo, sino de un simple conocido, la situación implica un intercambio más difícil, ya que, a diferencia de (2), aquí A no va a pedir un favor sino que va a reclamar algo que le corresponde, para lo que debe entrar en el territorio de su interlocutor. Podemos ver que usando expresiones como “no quisiera molestarte”, “me da mucha pena”, “no te pediría algo así si...”, A está haciendo explícito que pone atención a la imagen negativa de la otra persona, por lo que estas estrategias se considerarán de estrategias de cortesía negativa.

- (4) Situación: A se encuentra en su trabajo y encuentra a su jefe, quien no le ha pagado. Quiere pedirle que le pague, pero su relación es bastante distante como para hacerlo directamente.
A: Hola, licenciado. Hace semana y media fue quincena, tengo muchos pagos pendientes...

En el ejemplo (4), el riesgo es mucho mayor, a pesar de que son personas conocidas, su interlocutor tiene un mayor nivel en la jerarquía laboral. Debido a esto, A utiliza una estrategia indirecta (off-record), la cual le da la opción de una salida (out), ya que deja la posibilidad de argumentar que lo que dijo no era lo que realmente buscaba comunicar. Si su jefe le respondiera, A podría argumentar que se trataba de una simple observación, sin un motivo aparente, y no de una demanda o queja.

- (5) Situación: A choca su vehículo con un poste público y un oficial de tránsito aparece para tratar la multa correspondiente. El oficial le ofrece “llegar a un acuerdo”, y A se molesta por la proposición y quiere quejarse.
A: Solo deme la multa correspondiente.

En (5) el riesgo es extremadamente alto debido a la distancia social y el poder jerárquico que tiene el policía sobre A, además de su clara desventaja en la situación (y la conocida

deshonestidad de los servidores públicos en México), por lo que éste último decide no quejarse, y no exterioriza su enojo, simplemente se reserva sus comentarios.

1.2.1.6 La ironía como estrategia discursiva para mitigar el riesgo de ataque a la imagen

Brown y Levinson (1987) emplean la definición Griceana para caracterizar a la ironía como una estrategia verbal donde “el hablante dice lo contrario a lo que quiere que se interprete”. Estos autores colocan a la ironía dentro de las estrategias de comunicación indirectas (*off-record*), pues advierten que se les pueden atribuir múltiples interpretaciones, lo que permite al hablante tener una “salida” (*out*), dándole la opción de decir al oyente que eso no era lo que quería expresar. Por ejemplo, en la expresión “¡Mira qué bien te quedó!” dicha de un joven a otro frente a un horrible dibujo recién hecho por su interlocutor, el hablante podría argumentar que no se trataba de una expresión irónica sino de una declaración directa.

Retomando el ejemplo anterior “¡Mira qué bien te quedó!” (dicho con ironía), podemos pensar que se trata de un AAIP (acto que amenaza la imagen pública) fuertemente amenazante para la imagen positiva del hablante y del oyente debido a la naturaleza propia del acto de habla: el hablante está criticando algo que el oyente realizó, lo que lo distancia de éste último, al mismo tiempo da a entender que el oyente “no realizó las cosas como se esperaba”, por lo que es un acto de desaprobación.

Hay autores que se niegan a aceptar a la ironía como una estrategia de cortesía indirecta. Entre ellos están Alvarado y Padilla-García (2008), quienes, en su artículo *La ironía o cómo enmascarar un acto supuestamente amenazante*, concluyen que la ironía no siempre afecta la imagen pública del receptor de la misma manera y que “existe ironía con efectos negativos (dañina), pero también ironía con efectos positivos (cooperativa) cuya función es, precisamente, estrechar los lazos de camaradería e integrar al hablante y al oyente en el grupo conversacional.”

Aquí podemos encontrar otra de las fortalezas en el acercamiento a la ironía por Sperber y Wilson (1978). Parte de la interpretación irónica consiste en identificar la actitud disociativa hacia el contenido atribuido a alguien de manera implícita. Entender la actitud del hablante puede establecer complicidad entre los interlocutores y reforzar su imagen positiva. Por otro lado, también puede suceder lo contrario, pues la expresión implícita de una actitud disociativa hacia un pensamiento positivo “qué bien te quedó”, “qué útil eres” atacará la imagen positiva del oyente, alejando a los interlocutores.

Otro autor que se muestra firmemente en contra de la propuesta sobre ironía de Grice retomada por Brown y Levinson es Alba-Juez (1994). Ella analiza la ironía desde la teoría de la cortesía verbal y, de manera similar a Alvarado y Padilla-García, la divide en dos: ironía positiva e ironía negativa. Sustentándose en numerosos ejemplos, Alba-Juez pone en tela de juicio la rigidez tomada por Brown y Levinson al situarla como una estrategia puramente indirecta (*off record*) y concluye que existen diferentes tipos de ironía, por lo que, si nos quedamos con la teoría fundamental de la cortesía verbal, la ironía podría jugar diferentes papeles como diferentes tipos de estrategia.

1.2.1.6.1 La visión de Brown y Levinson

Más de 25 años después de la publicación de su libro, Brown responde a las críticas en su artículo *Politeness and Language* (2015) donde nos dice que la gente suele tratar su teoría de tres maneras diferentes: como una manera de observar reglas sociales, como una extensión de las Máximas de Grice, o como un trabajo social de la imagen de los hablantes (*face*). Nos dice que solo el tercer acercamiento mencionado nos permitirá observar similitudes en la expresión de cortesía entre diversas lenguas y culturas.

Brown apunta que su visión al escribir al lado de Levinson el notorio libro donde presentan la teoría de la cortesía verbal, era ofrecer una herramienta que permitiera observar y trabajar con el tratamiento social de la imagen en diferentes contextos y culturas, y que tal uso se mantiene pulsante.

1.2.1.6.1 Comentarios

En este segundo capítulo presenté algunas nociones básicas en torno a la ironía; partí del origen etimológico de la palabra y noté cómo esta surge de la idea de “esconder” u “ocultar lo evidente”. Después de esto observé cómo la ironía se ve durante muchos siglos como una figura retórica cuya característica esencial es buscar expresar lo contrario a lo dicho, sin embargo, podemos dar cuenta, a partir de múltiples ejemplos, de la inconsistencia de esta idea.

Posteriormente me remití a algunas de las caracterizaciones pragmáticas de la ironía más prominentes en el siglo XX, las cuales proponen tratarla de maneras diferentes y ofrecen distintas herramientas filosóficas y lingüísticas para su acercamiento teórico. Elegí utilizar, entre las propuestas consideradas en esta publicación, aquella de Sperber y Wilson (1978), debido a su fuerte poder argumentativo.

Sperber y Wilson, padres de la Teoría de la Relevancia, proponen que la ironía es un caso de uso interpretativo donde el hablante se disocia implícitamente de un pensamiento o expectativa atribuible a alguien distinto de sí mismo en el momento de la enunciación, y expresa una actitud propia de disociación hacia lo que dice o implica el enunciado. Es importante considerar el término *uso ecoico* pues da pie a la necesidad de que ambos participantes logren identificar el hecho de que el enunciado no se emite como un uso descriptivo²⁸. En cuanto a la disociación, esta se da cuando el hablante atribuye una actitud propia, normalmente crítica (actitud irónica) a aquello a lo que se hace el eco.

Más adelante hablé sobre la cortesía verbal como fenómeno social y verbal (Brown y Levinson, 1987), que propone que la selección lingüística de los hablantes va a responder a una necesidad social en torno a la elaboración de la imagen pública. En la comunicación es indispensable comunicar que se está atendiendo a sus dos partes. Hablé brevemente de sus fundamentos teóricos, los cuales están cimentados en importantes teorías sociales y antropológicas.

²⁸ Ver sección 1.1.3 La ironía como un caso de uso ecoico implícito (Sperber y Wilson)

Para Brown y Levinson, la selección de una estrategia lingüística y discursiva específica en vez de otra puede explicarse al considerar tres factores principales: la distancia social entre los hablantes, el poder relativo entre el hablante y el oyente, y el rango de imposición involucrado en la realización del acto de habla en cuestión. Los autores nos proponen que al considerar estas variables se puede calcular el riesgo del acto verbal, lo que nos permitiría explicar el uso de estrategias lingüísticas diversas, desde una realización directa, hasta una evasión concreta del acto lingüístico; esto nos da herramientas para explicar la existencia de la ironía.

Otro punto importante a considerar en la propuesta de estos autores es el valor que dan a las diferencias culturales. Vimos, a partir de varios ejemplos, cómo estas diferencias pueden afectar a la selección de las estrategias verbales. Cuando hablo de diferencias me refiero a dos tipos concretos: las diferencias culturales que existen en la importancia que se da a uno u otro tipo de imagen pública (negativa y positiva), y al riesgo de imposición que conlleva la realización de diversos actos de habla en cada cultura, y también las variaciones culturales en las percepciones de la distancia social, el poder relativo y los diferentes actos de habla.

También es importante reportar que, a pesar de que la propuesta de Brown y Levinson tiene objetivos diferentes a aquella de Sperber y Wilson, me apoyaré en ambas tanto para la creación del instrumento de estudio como para la presentación y explicación de los resultados, esto debido a que ambas teorías no son mutuamente excluyentes y que, más bien, se pueden complementar, una explicando la lógica al caracterizar la ironía y la otra explicando la lógica tras la decisión de su uso.

CAPÍTULO 2. La percepción de la ironía en las quejas en dos poblaciones de hablantes nativos de francés y de español

La discusión anterior muestra que hay varias preguntas abiertas sobre el uso y la percepción de la ironía. En el estudio que reporto a continuación me concentro en las percepciones de aceptabilidad asociadas al uso de la ironía, específicamente en el terreno del acto de habla que concierne a las quejas, en dos poblaciones: un grupo de franceses en la capital de Francia y un grupo de mexicanos en la capital de México, y las contrasto con las percepciones que produce un enunciado de queja literal y directo en cada uno de estos dos grupos.

Para recapitular, conviene recordar que tomaré como ironía a un enunciado emitido por un hablante que es un caso de uso interpretativo, implícitamente ecoico y que expresa también de manera tácita una actitud de disociación del hablante hacia lo que dice o implica (Sperber y Wilson 1981, Wilson y Sperber, 2012).

También es importante recordar que utilizaré la teoría de la cortesía verbal (Brown y Levinson, 1987) como segunda teoría de apoyo en este estudio. Esta considera que los humanos poseemos una imagen pública que es necesario salvaguardar en los intercambios comunicativos, por lo que, además de comunicar información, comunicamos atención a las necesidades de aceptación y autonomía en nuestras interacciones verbales.

2.1 Objetivos

El objetivo general de la indagación experimental que se realizó con este trabajo fue contrastar las percepciones de aceptabilidad reportadas por sujetos franceses y mexicanos en actos de habla de queja imperativa dirigida a alguno de los participantes en una conversación, expresada bien por medio de enunciados irónicos, bien por enunciados literales y directos.

Como objetivos secundarios me planteo:

- b) Establecer a qué variables sociales se asocian las diferencias estadísticamente significativas en los datos observados entre los dos grupos de sujetos
- c) Proponer explicaciones a tales diferencias a partir de los resultados obtenidos, la literatura previa, la teoría de la cortesía verbal y la teoría de la relevancia.

2.2 Hipótesis

La hipótesis nula que me propongo rechazar es que no existen diferencias significativas en la percepción de las quejas irónicas entre mexicanos y franceses.

H_0 : No existe una diferencia estadísticamente significativa entre la percepción de la queja irónica frente a la queja directa entre mexicanos y franceses.

H₁: Existe una diferencia estadísticamente significativa entre la percepción de la queja irónica frente a la queja directa entre mexicanos y franceses.

De encontrar una diferencia estadísticamente significativa entre la percepción de la queja irónica frente a la queja directa en las dos poblaciones, analizaré la dirección de esta y las variables que la afectan.

2.3 Metodología

Cabe notar que planteé las hipótesis con un carácter unidireccional, es decir, pienso que la aceptabilidad de la ironía por parte de los mexicanos es menor a la de los franceses y no simplemente diferente, esto en parte debido a los trabajos previamente mencionados²⁹ donde se habla del cuidado a la imagen positiva que da la cultura mexicana frente a la cultura española (lo cual podría extenderse a otras culturas europeas), y en parte debido a mi percepción personal.

Al considerar a la ironía como un caso de uso interpretativo ecoico que expresa una actitud de disociación del hablante hacia lo que dice o implica, podemos esperar que la expresión de tal actitud aleje más a los hablantes, principalmente en el caso de las quejas, pues estas están inherentemente cargadas de información que afecta la imagen positiva de los hablantes (los aleja). Debido a esto esperaré que las quejas irónicas fueran más aceptadas por aquellas culturas que dan mayor importancia a la autonomía e individualidad de los hablantes, es decir, a la imagen negativa.

Para llevar a cabo este contraste comenzaré con un análisis de tipo cuantitativo utilizando una prueba estadística sobre los datos obtenidos en el instrumento³⁰ y posteriormente realizaré un estudio cualitativo donde pretendo describir las diferencias encontradas a partir de la literatura existente y los comentarios exteriorizados por los sujetos analizados.

Es importante recordar que responder a la sección de comentarios en el instrumento fue facultativo para los sujetos, por lo que los datos obtenidos para el análisis cualitativo son significativamente menores que aquellos obtenidos puramente para el análisis cuantitativo, es por ello que este segundo análisis será mucho más breve y conciso, y tendrá el único propósito de complementar los resultados del análisis cuantitativo.

Es necesario aclarar que algunas de las respuestas de los sujetos carecieron de la seriedad requerida para el estudio o consistieron únicamente en palabras aisladas o alternativas coloquiales al texto. El criterio que seguí para la selección fue que los comentarios fueran serios, prudentes, y vinculados directamente con los objetivos del estudio propuesto.

²⁹ Ver sección 1.2 La cortesía verbal como fenómeno antropológico, social y verbal

³⁰ Ver sección 2.4.1 Instrumento

2.4 Diseño del estudio empírico

Con el fin de poder observar las percepciones de aceptabilidad en los dos grupos de sujetos estudiados (grupo de sujetos mexicanos y grupo de sujetos franceses), realicé las siguientes acciones:

1. Preparé una serie de cuestionarios donde se pudieran observar semejanzas y diferencias en la aceptabilidad de la queja irónica frente a la queja directa en ambos grupos de sujetos.
2. Apliqué los cuestionarios a las dos poblaciones *in situ* de manera aleatoria; a los mexicanos en la Ciudad de México y a los franceses en París.
3. Analicé los resultados obtenidos empleando la prueba estadística de la U de Mann-Whitney.

A continuación profundizaré en las etapas mencionadas.

2.4.1 Instrumento

Para obtener una herramienta capaz de reflejar las diferencias buscadas en mis objetivos e hipótesis, creé una serie de cuestionarios en línea utilizando la plataforma Google Forms. Tales cuestionarios estuvieron compuestos por las siguientes tres secciones³¹:

1. Una sección de **datos personales**, cuya finalidad fue tener un control sobre las características de los sujetos analizados.³²
2. Una sección de **instrucciones** donde se explicaba a los sujetos la manera de utilizar el cuestionario, en esta sección también se les presentó un ejemplo de cómo contestarlo.
3. El **cuerpo del cuestionario**, el cual estuvo formado por 24 reactivos, 8 críticos (4 directos y 4 irónicos) y 16 distractores. En esta sección, los sujetos debían observar pares de imágenes, en la primera imagen, uno de los personajes (B) realizaba una acción desfavorable para el otro personaje presente (A). En la segunda imagen, el personaje A se quejaba ante la acción del personaje B, esto de manera directa o por medio de una queja irónica.

A cada uno de los reactivos correspondía una sección de respuesta compuesta por una escala de aceptabilidad partiendo del 1 (nada aceptable) al 5 (totalmente aceptable) y un espacio para comentarios adicionales opcionales. La figura 2.1 presenta un ejemplo de la estructura usada en todos los reactivos analizados.

³¹ Se puede encontrar un ejemplo tomado de los cuestionarios utilizados en la sección de apéndices.

³² Ver sección 2.7 Participantes.

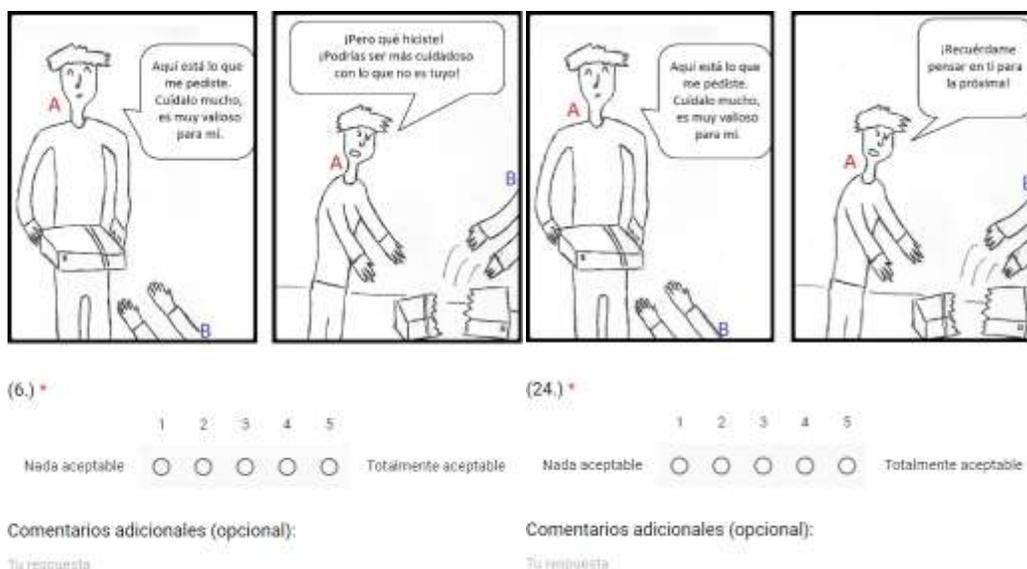


Figura 2.1 Ejemplo de reactivo; versión directa frente a versión irónica.

Es importante mencionar que apliqué los cuestionarios en la lengua materna de los sujetos. Para confirmar la naturalidad de los diálogos en las lenguas trabajadas, recurrí al apoyo de estudiantes y profesores de posgrado en la Universidad Nacional Autónoma de México, y en la Universidad Paris 3, Sorbonne Nouvelle, en Francia, a quienes reitero mis agradecimientos.

2.4.1.1 Decisiones importantes en la creación del instrumento

A causa de las restricciones propias del tipo de instrumento (visual-escrito), tuve que prescindir de una de las pistas prosódicas características de la ironía que contribuyen a su interpretación: el tono irónico. Dado que todo enunciado es ambiguo entre una interpretación literal y otra irónica, la ausencia del contorno entonativo puede disminuir la accesibilidad de la interpretación irónica.

No obstante, hay evidencia en la literatura de enunciados cuya interpretación por defecto parece ser la irónica (Giora et al. 2018). A partir de resultados obtenidos en estudios experimentales, Giora sostiene que al atenuar un concepto altamente positivo, se aumenta la posibilidad de que el enunciado sea interpretado como sarcástico o irónico por defecto. A continuación propongo un ejemplo:

- (1) Juan es el alumno más organizado de la clase.
- (2) Juan no es el alumno más organizado de la clase.

Giora encuentra que la lectura irónica por defecto en (2) es significativamente mayor que en (1). La explicación que ofrece dice que en (2) se está atenuando por medio de una negación la cualidad de ser organizado, cualidad positiva usualmente asociada a los estudiantes. Lo mismo sucedería con la cualidad de honestidad de un servidor público, o la cualidad de ser responsable adjudicada a un padre de familia.

Por otro lado, el trabajo de Wilson (2017), tuvo una importante repercusión en las decisiones nucleares tomadas para este estudio. Ella, al enfocar su teoría ecoica de ironía (Sperber y Wilson, 1981), la sustenta con el análisis de cuatro tipos de ironía, y encuentra, entre otras cosas, que **las formulaciones imperativas son las que reciben una asociación mucho más fuerte a la ironía**. A continuación muestro un ejemplo por cada tipo de ironía estudiado en el trabajo citado:

Situación: A golpea fuertemente a B con su portafolio, es notorio que el golpe es doloroso.

(1) Ironía indicativa:

B: ¡Eso me gustó!

(2) Ironía hiperbólica:

B: ¡No me dolió en lo absoluto!

(3) Ironía interrogativa:

B: ¿Puedes golpearme de nuevo?

(4) Ironía imperativa:

B: ¡Golpéame de nuevo!

De acuerdo a lo anterior, Wilson (2017) encuentra que la formulación más fuertemente asociada a la ironía, sin considerar más detalles situacionales, es la que se da en (4). Debido a este hallazgo y considerando una vez más la falta de otras pistas características de la ironía como son las pistas prosódicas o expresiones faciales, opté por formar reactivos críticos conformes a esta necesidad.

Es importante aclarar que esta decisión llevó a un cuestionamiento importante en torno a los reactivos críticos directos presentados; recordemos que a cada reactivo irónico correspondía un reactivo directo con la misma imagen y situación pero con texto “no irónico” o al que me referiré como *directo*. El problema que surgió al redactar los diálogos directos (su redacción fue posterior a la de los reactivos irónicos) fue que en algunas situaciones, formular la queja directa de manera imperativa daba como resultado un diálogo que los académicos y estudiantes que ayudaron a su creación calificaron como “ficticio”.

Propuse solucionar esto manteniendo los diálogos irónicos en su forma imperativa pero redactando los diálogos directos de manera que se tratara de quejas lo más naturales posibles, esto con apoyo de los alumnos y académicos involucrados. Esta decisión fue impulsada por la naturaleza intercultural de esta investigación, y la consideración de que, a pesar de la función de referencia asignada a los reactivos directos, el interés siempre fue observar y analizar cambios en la percepción de ambas culturas. Como consecuencia, la prioridad al redactar los reactivos directos fue que estos pudieran tener equivalentes en ambas lenguas tanto sintáctica como

morfológicamente y que tales equivalentes fueran percibidos como naturales y viables en las situaciones presentadas.

En las siguientes secciones profundizaré más en la creación del instrumento y en otras decisiones importantes tomadas dentro de esta etapa.

2.4.1.2 Reactivos Críticos

Con el fin de reducir la probabilidad de que las respuestas de los sujetos se debieran al azar creado por las imágenes mostradas o por otros factores relacionados con el instrumento ajenos a la formulación de las quejas imperativas, realicé cuatro cuestionarios con una estructura y apariencia similar cuya única diferencia está en los reactivos críticos y en los sujetos a quienes los apliqué; analicé cuatro grupos de sujetos distintos en cada población, a cada grupo asigné un cuestionario diferente.

Los reactivos críticos estuvieron formados por un total de 16 situaciones distintas, a cada uno asigné un par de imágenes, donde, como he dicho anteriormente, muestro el error de un personaje seguido por una queja directa o por una queja irónica formulada de manera imperativa por parte del personaje afectado, dependiendo del cuestionario.

(1) Ejemplo directo:

Imagen 1: Dos hombres sentados en un bar, A tira su cerveza sobre B, B se molesta.

Imagen 2: B: ¡Pero, qué hiciste! ¡Me arruinaste la ropa!³³

(2) Ejemplo irónico:

Imagen 1: Dos hombres sentados en un bar, A tira su cerveza sobre B, B se molesta.

Imagen 2: ¡Pero, qué hiciste! ¡Anda, arruíname la ropa!

Parte de los objetivos de este trabajo es indagar si las percepciones sobre lo adecuado y lo cortés de una queja irónica están influenciadas por las variables sociales que Brown y Levinson (1987) postulan como factores que intervienen de manera universal en la valoración que un sujeto hace sobre la dificultad de realizar un acto de habla en una cierta circunstancia: el poder relativo y la distancia social entre los interlocutores.

Como expliqué en la sección 1.2.1 El modelo de Brown y Levinson, la Teoría de la Cortesía Verbal expone que estas dos variables sociales afectan el cálculo de la dificultad de realizar un acto de habla. Es por esto que me dispuse a aplicar esta teoría a los resultados obtenidos, es decir, explorar la posibilidad de que dichas variables sociales afecten más o menos la percepción de la ironía de maneras diferentes en los dos grupos sociales.

³³ Ver sección anterior.

El hallazgo de resultados similares nos invitaría a pensar que, además de la diferencia en la percepción de riesgo implicada en el enunciado de queja irónica, encontrar diferencias considerables observadas bajo el foco de distintos conjuntos de variables puede dar lugar a pensar que una cultura da más valor que la otra a uno u otro par de estas variables, es decir, para una cultura podría ser más arriesgado utilizar la ironía al dirigirse a un familiar con cierta jerarquía superior al hablante que en la otra.

Para este estudio, operacionalicé dichas variables en dos modalidades (ALTA y baja), lo que da como resultado cuatro combinaciones de variables posibles:

(a) PODER ALTO <P+> + DISTANCIA ALTA <D+>

(b) PODER ALTO <P+>+ distancia baja <d->

(c) Poder bajo <p-> + DISTANCIA ALTA <D+>

(d) Poder bajo <p-> + distancia baja <d->

De ahí que, de los 16 reactivos críticos mencionados, cuatro siguen la combinación de variables en (a), cuatro siguen la combinación de variables en (b), cuatro la combinación de variables de (c) y cuatro la de (d). Para conocer más sobre la manera en la que operacionalicé tales variables, pido al lector dirigirse a la sección 2.5 Variables.

Otro punto importante a recordar es que uno de los objetivos principales de esta investigación es comparar la queja irónica frente a su contraparte directa, por lo que el diálogo de cada situación fue presentado de ambas maneras: como queja irónica y como queja directa, aunque un mismo sujeto solamente era expuesto a uno de los dos reactivos posibles.

Con el fin de ilustrar la asignación de los reactivos críticos a los grupos de sujetos presento la siguiente tabla:

REACTIVOS CRÍTICOS IRÓNICOS			
GRUPO A	GRUPO B	GRUPO C	GRUPO D
<P+><D+> Situación 1	<P+><D+> Situación 5	<P+><D+> Situación 9	<P+><D+> Situación 13
<P+><d-> Situación 2	<P+><d-> Situación 6	<P+><d-> Situación 10	<P+><d-> Situación 14
<p-><D+> Situación 3	<p-><D+> Situación 7	<p-><D+> Situación 11	<p-><D+> Situación 15
<p-><d-> Situación 4	<p-><d-> Situación 8	<p-><d-> Situación 12	<p-><d-> Situación 16
REACTIVOS CRÍTICOS DIRECTOS			
GRUPO A	GRUPO B	GRUPO C	GRUPO D
<P+><D+> Situación 13	<P+><D+> Situación 1	<P+><D+> Situación 5	<P+><D+> Situación 9
<P+><d-> Situación 14	<P+><d-> Situación 2	<P+><d-> Situación 6	<P+><d-> Situación 10

<p-><D+> Situación 15	<p-><D+> Situación 3	<p-><D+> Situación 7	<p-><D+> Situación 11
<p-><d-> Situación 16	<p-><d-> Situación 4	<p-><d-> Situación 8	<p-><d-> Situación 12

Tabla 2.1 Distribución de los reactivos críticos en los cuatro grupos de sujetos

De esta manera, cada grupo de sujetos tuvo que valorar individualmente ocho reactivos críticos con situaciones diferentes: cuatro presentando quejas directas y cuatro quejas irónicas, sin tener que calificar la misma situación dos veces.

Podemos observar que las situaciones presentadas en la modalidad irónica para el GRUPO A corresponden a las situaciones presentadas de manera directa al GRUPO B, este cruce se repitió con los demás grupos de manera sistemática. Esto me permitió comparar la aceptabilidad de una queja irónica contra la aceptabilidad de una queja directa en la misma situación (y combinación de variables sociales), pero en sujetos diferentes.

2.4.1.3 Distractores

Además de los reactivos críticos, la lingüística experimental suele recurrir al uso de distractores y reactivos de control. Los reactivos distractores habitualmente incluyen material irrelevante para el estudio y los de control garantizan que los sujetos hayan comprendido la tarea. En este caso, coinciden los reactivos distractores y los de control. Todos ellos se refieren a quejas, pero se descartan para el análisis todas aquellas formulaciones que no son irónicas o directas. Este diseño permitirá, en un futuro, analizar otros datos sobre las quejas bajo otra óptica y con otros objetivos, convirtiendo los distractores en críticos y viceversa.

Los distractores de este estudio consistieron en 16 situaciones diferentes de quejas formuladas de cuatro maneras distintas: quejas indicativas, quejas como preguntas, quejas como hipérbolas y quejas directas expresadas de manera imperativa. Para su formulación llevé un cuidadoso control, tanto del tipo de queja como de las mismas variables sociales trabajadas en los reactivos críticos.

La estructura usada para organizar reactivos críticos y distractores fue la siguiente:

Reactivo	GRUPO A		GRUPO B		GRUPO C		GRUPO D	
1	DIS1	DISTRACT IND	1 DIS1	DISTRACT IND	1 DIS1	DISTRACT IND	1 DIS1	DISTRACT IND
2	DIS9	DISTRACT IND	2 DIS9	DISTRACT IND	2 DIS9	DISTRACT IND	2 DIS9	DISTRACT IND
3	DIS4	DISTRACT HIP	3 DIS4	DISTRACT HIP	3 DIS4	DISTRACT HIP	3 DIS4	DISTRACT HIP
4	DIS6	DISTRACT IMP	4 DIS6	DISTRACT IMP	4 DIS6	DISTRACT IMP	4 DIS6	DISTRACT IMP
5	DIS15	DISTRACT PREG	5 DIS15	DISTRACT PREG	5 DIS15	DISTRACT PREG	5 DIS15	DISTRACT PREG
6	4a D	DIRECTOS p, d	6 4b D	DIRECTOS p, d	6 4c D	DIRECTOS p, d	6 4d D	DIRECTOS p, d
7	DIS10	DISTRACT IMP	7 DIS10	DISTRACT IMP	7 DIS10	DISTRACT IMP	7 DIS10	DISTRACT IMP
8	DIS13	DISTRACT IND	8 DIS13	DISTRACT IND	8 DIS13	DISTRACT IND	8 DIS13	DISTRACT IND
9	DIS14	DISTRACT IMP	9 DIS14	DISTRACT IMP	9 DIS14	DISTRACT IMP	9 DIS14	DISTRACT IMP
10	DIS12	DISTRACT HIP	10 DIS12	DISTRACT HIP	10 DIS12	DISTRACT HIP	10 DIS12	DISTRACT HIP
11	DIS11	DISTRACT PREG	11 DIS11	DISTRACT PREG	11 DIS11	DISTRACT PREG	11 DIS11	DISTRACT PREG
12	1d i	IRÓNICOS P,D	12 1a i	IRÓNICOS P,D	12 1b i	IRÓNICOS P,D	12 1c i	IRÓNICOS P,D
13	1a D	DIRECTOS P,D	13 1b D	DIRECTOS P,D	13 1c D	DIRECTOS P,D	13 1d D	DIRECTOS P,D
14	DIS7	DISTRACT PREG	14 DIS7	DISTRACT PREG	14 DIS7	DISTRACT PREG	14 DIS7	DISTRACT PREG
15	DIS16	DISTRACT HIP	15 DIS16	DISTRACT HIP	15 DIS16	DISTRACT HIP	15 DIS16	DISTRACT HIP
16	3d i	IRÓNICOS p, D	16 3a i	IRÓNICOS p, D	16 3b i	IRÓNICOS p, D	16 3c i	IRÓNICOS p, D
17	DIS3	DISTRACT PREG	17 DIS3	DISTRACT PREG	17 DIS3	DISTRACT PREG	17 DIS3	DISTRACT PREG
18	2d i	IRÓNICOS P, d	18 2a i	IRÓNICOS P, d	18 2b i	IRÓNICOS P, d	18 2c i	IRÓNICOS P, d
19	2a D	DIRECTOS P, d	19 2b D	DIRECTOS P, d	19 2c D	DIRECTOS P, d	19 2d D	DIRECTOS P, d
20	DIS8	DISTRACT HIP	20 DIS8	DISTRACT HIP	20 DIS8	DISTRACT HIP	20 DIS8	DISTRACT HIP
21	DIS5	DISTRACT IND	21 DIS5	DISTRACT IND	21 DIS5	DISTRACT IND	21 DIS5	DISTRACT IND
22	DIS2	DISTRACT IMP	22 DIS2	DISTRACT IMP	22 DIS2	DISTRACT IMP	22 DIS2	DISTRACT IMP
23	3a D	DIRECTOS p, D	23 3b D	DIRECTOS p, D	23 3c D	DIRECTOS p, D	23 3d D	DIRECTOS p, D
24	4d i	IRÓNICOS p, d	24 4a i	IRÓNICOS p, d	24 4b i	IRÓNICOS p, d	24 4c i	IRÓNICOS p, d

Tabla 2.2 Organización final de reactivos críticos y distractores.

Donde:

1a D – 4a D : Reactivos críticos 1 a 4 del grupo de aciertos A formulada de manera DIRECTA³⁴.

1a I – 4a I : Reactivos críticos 1 a 4 del grupo de aciertos A formulada de manera IRONICA.

DIS 1-16: Los dieciséis diferentes distractores.

IND : Queja indicativa

HIP : Queja formulada como hipérbola

IMP : Queja imperativa

PREG : Queja formulada como pregunta

Como podemos observar en la tabla anterior, los reactivos 1 a 5 consisten en distractores, por lo que podemos pensarlos como equivalentes a reactivos de control. A partir del reactivo 6 se presentan los reactivos críticos intercalados de manera aleatoria con los demás distractores. También podemos ver que en ningún momento se presentan continuos un reactivo crítico irónico y uno directo.

³⁴ El procedimiento es sistemático para los grupos de aciertos B, C y D, por lo que el acierto “1b D” se referiría al reactivo crítico 1 del grupo de aciertos B en su formulación DIRECTA.

Invito al lector a dirigirse a la sección de Apéndices para encontrar ejemplos de los distractores utilizados.

2.5 Variables

A continuación hablaré de las variables consideradas tanto en la selección de los sujetos, como en la creación del cuestionario, es decir, la formulación de las quejas y la asignación de roles para los personajes presentes en cada situación.

2.5.1 Variables independientes

Son variables independientes aquellas que manipulamos, en contraste con las dependientes, que nos remiten a la conducta observada en los sujetos. Como principal variable independiente consideré el grupo social y lingüístico al que los sujetos pertenecían: población mexicana y población francesa.³⁵

Como segunda variable independiente consideré el poder relativo y la distancia social, como los presentan Brown y Levinson³⁶ (1987), pero con la diferencia operativa de limitar la distancia social a la familiaridad:

D (S, H): La distancia social entre el hablante y el oyente.

P (H, S): El poder relativo del oyente sobre el hablante.

Para el diseño del instrumento, las situaciones donde la distancia social es alta son representadas con papeles donde los personajes no se conocen. Para ayudar a los sujetos a entender esta relación, hago uso de las siguientes herramientas:

- El lugar del intercambio verbal es público.
- Los personajes se refieren entre ellos como desconocidos, dependiendo de la situación. Se omite el nombre de los personajes.

Por otro lado, las situaciones donde la relación de distancia es baja, los personajes tienen una relación cercana de familiaridad, es decir, se conocen y se puede intuir que se frecuentan. Las pistas que ofrezco a los sujetos son las siguientes:

- El lugar del intercambio verbal es particular, por ejemplo una casa o un vehículo privado.

Se entiende que los personajes se conocen pues se refieren entre ellos por su nombre propio o por algún título de familiaridad, como son “hermano” o “padre”.

Para representar diferencias de poder relativo del oyente sobre el hablante hago uso de relaciones jerárquicas estereotípicas. Por ejemplo, en el caso de relaciones de poder alto, los personajes son un abogado dirigiéndose a un juez, un alumno dirigiéndose a su profesor, un hijo

³⁵ Ver 2.7 Participantes.

³⁶ Ver 1.2.1.4 Factores que inciden en el riesgo de realizar un acto de habla.

dirigiéndose a su padre, etc. En el caso de relaciones de poder bajas, los personajes se dirigen a su “igual”, por ejemplo, dos niños en el parque, o dos señores en un bar.

Estas decisiones fueron tomadas para fines del diseño experimental, aunque evidentemente, las variables de distancia social y poder relativo entre los participantes son complejas y están constituidas por varias dimensiones.

Para ilustrar lo descrito anteriormente, presento algunos ejemplos tomados directamente del instrumento:

Distancia alta:

- Dos desconocidos en un transporte público como metro, autobús.
- Dos desconocidos en un área pública como un parque, una vía pública.

Distancia baja:

- Dos conocidos en un lugar particular como una casa, un automóvil.

Poder alto:

- Cuando la distancia es alta (desconocidos): un civil dirigiéndose a un policía, un abogado dirigiéndose a un juez, un joven dirigiéndose a un adulto.
- Cuando la distancia es baja (conocidos): un hijo dirigiéndose a alguno de sus padres. Un alumno dirigiéndose a su profesor.

Poder bajo:

- Cuando la distancia es alta (desconocidos): Dos desconocidos aparentemente de la misma edad y clase social.
- Cuando la distancia es baja (conocidos): Dos personas conocidas sin una diferencia social evidente. Por ejemplo, dos hermanos o dos amigos.

Variables independientes		
Población	Variables sociales (situación)	Tipo de queja
Mexicanos	<P>, <D>	Queja irónica
		Queja directa
	<P>, <d>	Queja irónica
		Queja directa
	<p>, <D>	Queja irónica
		Queja directa
	<p>, <d>	Queja irónica
		Queja directa
Franceses	<P>, <D>	Queja irónica
		Queja directa

	<P>, <d>	Queja irónica
		Queja directa
	<p>, <D>	Queja irónica
		Queja directa
	<p>, <d>	Queja irónica
		Queja directa

Tabla 2.3 Variables independientes.

2.5.2 Variables dependientes

La variable dependiente será la valoración de aceptabilidad que cada sujeto emite para cada par de variables; los valores resultantes van del 1 (nada aceptable) al 5 (totalmente aceptable). Es de suma importancia considerar los siguientes puntos al hablar de las variables dependientes registradas en este estudio:

1. Debido a la naturaleza de los datos, la valoración que dan los sujetos a cada reactivo ofrece como resultado valores categóricos, es decir, existe un número finito de categorías o grupos distintos.
2. Ya que se trata de un estudio social, no existe una relación natural medible entre el nivel de aceptabilidad (1 a 5) reportada por los sujetos y el proceso de selección de esta aceptabilidad (proceso cognitivo).
3. A pesar de lo anterior, y de que por el tipo de datos no existe un 0 absoluto, sí existe una relación de continuidad en la variable dependiente, ya que esta posee las propiedades de una escala de medida ordinal, es decir nos permite comparar sus valores como “mayor a”, “menor a” e “igual a”.

Estos puntos son importantes ya que al tenerlos presentes al seleccionar una prueba estadística, si consideramos la variación que existe entre un sujeto y otro al calificar como más o menos aceptable una situación, los valores reportados pasarán de ser valores “absolutos” a formar escalas individuales de comparación. Por ejemplo, para un sujeto, la situación A puede parecer más aceptable que la situación B, y colocar la situación C entre estas dos; otro sujeto puede hacer algo similar, pero asignando números diferentes, lo que nos ofrecería un grupo de relaciones similares pero con valores diferentes.

2.6 Materiales

Debido a que los cuestionarios fueron aplicados utilizando la plataforma en línea Cuestionarios de Google (*Google Forms*), los participantes requirieron de un dispositivo electrónico con acceso a internet. Las características requeridas en el dispositivo utilizado además de la conexión a internet fueron una pantalla para observar las instrucciones y los reactivos, y un dispositivo de entrada (pantalla táctil o mouse) para que los participantes pudieran registrar sus respuestas.

A una gran parte de sujetos les facilité el acceso por medio de una tablet, sin embargo, otros recurrieron a sus propios dispositivos, en su mayoría celulares, o al equipo de cómputo presente en el lugar de aplicación del cuestionario.³⁷

2.7 Participantes

Aplicé los cuestionarios a dos grupos de población (mexicanos y franceses). Cada población estuvo formada por 80 sujetos y dividida en cuatro grupos de 20 participantes cada una. La selección de los sujetos fue de manera aleatoria en diferentes entornos, pero la mayoría de ellos pertenece a un ambiente universitario.

Las características mínimas requeridas de cada participante fueron las siguientes:

- (a) Haber vivido por lo menos los últimos diez años en el país donde se aplicó el análisis.
- (b) Haber cumplido 18 años o más.
- (c) Ser estudiante universitario o profesionista.

La razón principal de esta selección fue delimitar los sujetos a un grupo social específico que pudiera tener una correspondencia clara en las dos sociedades estudiadas. A continuación muestro una descripción más detallada sobre la selección de estos criterios.

(a) Inicialmente consideré la nacionalidad como criterio de selección, pero al encontrar sujetos con la nacionalidad requerida pero muy poco tiempo en el lugar de aplicación del cuestionario, decidí aumentar el rigor del criterio cambiándolo al tiempo reciente de residencia. A partir de esto eliminé a un par de sujetos que hubieran podido comprometer los resultados, ya que se trata de una investigación de tipo contrastivo de carácter social.

(b) Elegí la edad umbral de 18 años debido a la seriedad requerida para participar en un cuestionario donde las respuestas sean basadas en la intuición individual, partiendo del supuesto de que a partir de esta edad (posterior a la adolescencia), los sujetos ya serían capaces de calificar como aceptables o no las situaciones presentadas haciendo uso de un criterio personal construido en función de sus experiencias de vida.

(c) Esta selección de tipo social se basó en la necesidad de delimitar los resultados a un grupo específico que, como dije anteriormente, pudiera corresponderse así fuera de manera relativa en ambas culturas. Me parece interesante pensar en la idea de que tal aceptación o rechazo de la ironía pudiera verse afectada dentro de la misma cultura pero en función de nivel o posición social. Esto podría dar lugar a interesantes investigaciones posteriores.

Para asegurarme del cumplimiento de estos puntos, incluí al inicio del cuestionario una sección con datos personales, y, durante el proceso de aplicación del cuestionario, anulé a

³⁷ Ver sección 2.8 Aplicación y Apéndices.

aquellos participantes que no cumplían con las características requeridas; se trató principalmente de alumnos extranjeros o personas con poco tiempo en el lugar de aplicación del estudio.

2.8 Aplicación

Anteriormente hablé de la creación del instrumento y de los conocimientos técnicos y teóricos considerados en su creación. En este apartado hablaré de su aplicación y de las características de los sujetos entrevistados.

2.8.1 Prueba piloto

Para comprobar la comprensión de la ironía en los reactivos críticos (recordemos las decisiones operativas tomadas en torno a la formulación imperativa de las quejas), así como la comprensión de las instrucciones y de lo esperado en las diferentes secciones del instrumento por los hablantes, realicé cinco pruebas piloto, tres de ellas para confirmar el funcionamiento de la prueba en su versión francesa, y dos para la versión española.

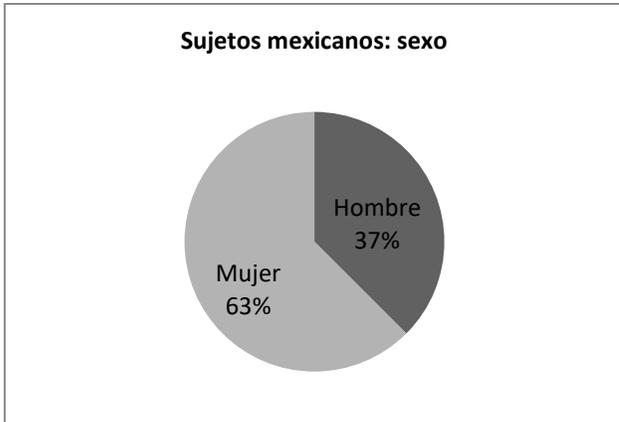
Apliqué estas pruebas a grupos pequeños de entre dos y tres participantes. Realicé las primeras tres aplicaciones en la Universidad Sorbonne Nouvelle, y las restantes en la Universidad Nacional Autónoma de México. En ambas ocasiones hubo una distancia de al menos dos semanas entre la última prueba piloto y la aplicación final del instrumento.

A partir de los resultados obtenidos en las primeras dos aplicaciones de la prueba piloto a sujetos franceses, hice cambios en la formulación de las instrucciones, así como en dos reactivos críticos. Los cambios correspondientes a la tercera aplicación consistieron en detalles mínimos de puntuación. En el caso de las aplicaciones de la prueba piloto a sujetos mexicanos, en la primera se realizaron pequeñas correcciones gramaticales y en la segunda hubo, al igual que con los franceses, pequeñas correcciones en la puntuación.

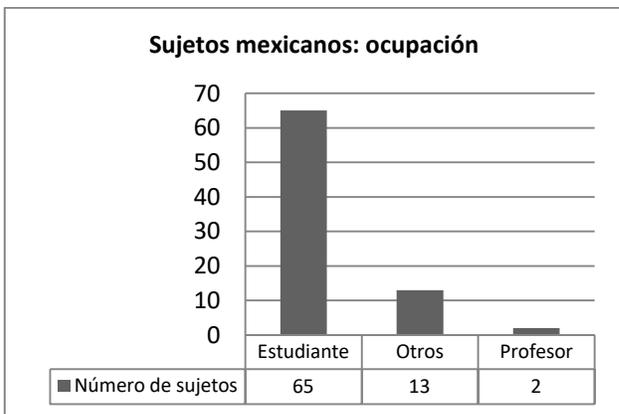
2.8.2 Grupo de mexicanos

Apliqué los cuestionarios a los sujetos mexicanos en los meses de febrero y marzo de 2019 en sesiones grupales. Para ello recibí el apoyo de dos profesores pertenecientes a la UNAM, quienes me permitieron acceder a sus grupos de clase. Una parte consistió en alumnos del posgrado en química y la otra en grupos de estudiantes de inglés de la ENALLT (Escuela Nacional de Lenguas, Lingüística y Traducción), conformados por alumnos provenientes de licenciaturas o posgrados variados. Obtuve el resto de los participantes de ámbitos diversos.

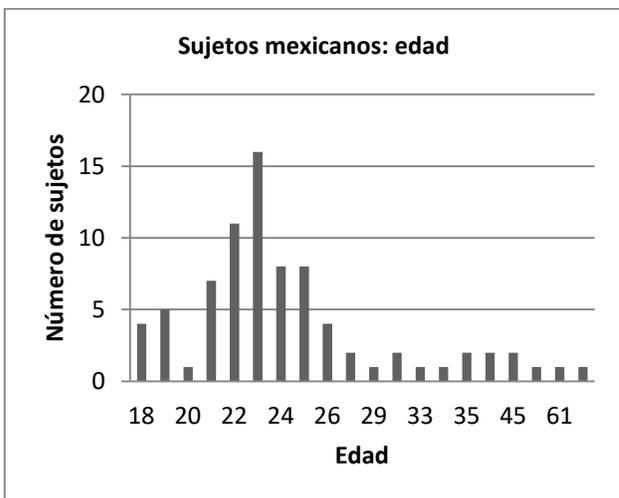
Las características de los sujetos mexicanos entrevistados son las siguientes:



Gráfica 2.1 Sexo de los sujetos mexicanos.



Gráfica 2.2 Ocupación de los sujetos mexicanos.



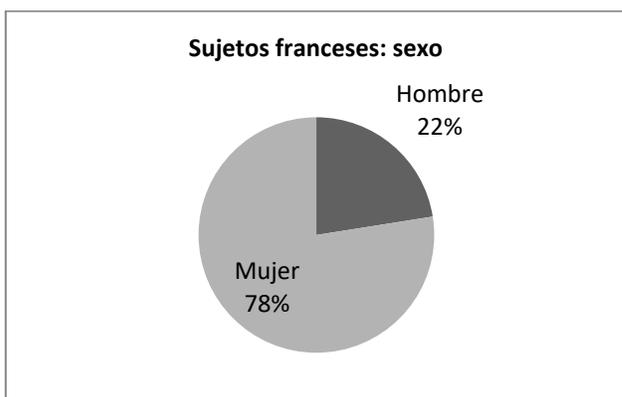
Gráfica 2.3 Edad de los sujetos mexicanos.

Como se puede observar en las gráficas 2.1, 2.2 y 2.3, la población de mexicanos estuvo formada en su mayoría por mujeres (62.5%), con un promedio de edad de 25.7 años, y el 81.25% de los sujetos de este grupo estuvo formado por estudiantes universitarios.

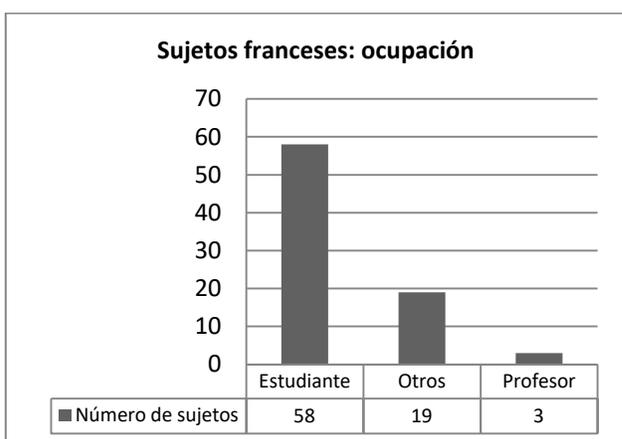
2.8.3 Grupo de franceses

En cuanto a la recolección de datos de los sujetos franceses, realicé la aplicación de los cuestionarios durante los meses de octubre, noviembre y diciembre de 2018, la mayor parte en diferentes áreas comunes de las instalaciones de la universidad Sorbonne Nouvelle, en París (biblioteca, cafetería, pasillos, patio). Entrevisté a estos sujetos personalmente de manera individual o dirigiéndome a grupos pequeños (de dos a tres personas) proveyéndoles, cuando era necesario, de los dispositivos para contestar. También obtuve el apoyo de un profesor del área de literatura quién envió un correo electrónico con el enlace para responder el cuestionario a un grupo de alumnos, pero la participación de los alumnos por este medio fue reducida.

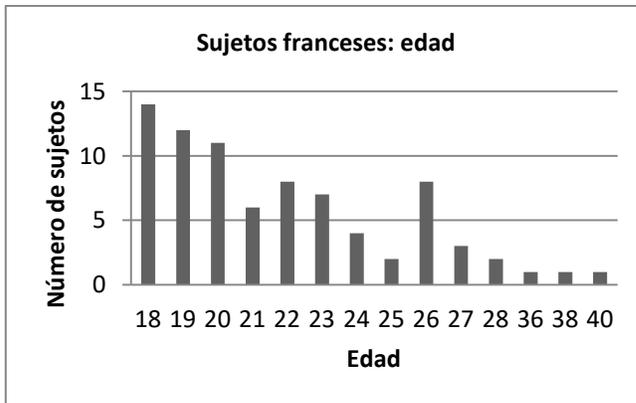
Las características de los sujetos franceses entrevistados son las siguientes:



Gráfica 2.4 Sexo de los sujetos franceses.



Gráfica 2.5 Ocupación de los sujetos franceses.



Gráfica 2.6 Edad de los sujetos franceses.

Como podemos observar en las gráficas 2.3, 2.5 y 2.5, la población de los sujetos franceses también se caracterizó por estar formada principalmente por mujeres (78%), con un promedio de edad de 22 años, y el 72.5% de los sujetos estuvo formado por estudiantes universitarios.

CAPÍTULO 3. Resultados y análisis

En este capítulo describiré los datos obtenidos a partir de la aplicación del instrumento descrito anteriormente y hablaré sobre el análisis llevado a cabo con ellos. Comenzaré con la descripción de la prueba estadística utilizada para continuar con la presentación de los resultados.

3.1 La Prueba U de Mann-Whitney³⁸

Debido a la naturaleza de mis datos (variables ordinales con datos categóricos), elegí utilizar la prueba U para realizar el análisis estadístico. La prueba de Mann-Whitney, también conocida como Prueba U o Prueba U de Mann Whitney, es la alternativa no paramétrica a la Prueba T.³⁹ Esta prueba exige los siguientes supuestos:

1. Que las dos muestras a comparar sean obtenidas de manera aleatoria e independiente.
2. Que la variable dependiente (en este caso la aceptabilidad reportada por los sujetos) sea intrínsecamente continua.⁴⁰
3. Que las medidas en ambas muestras tengan las propiedades de al menos una escala de medida ordinal, es decir, que se puedan comparar sus valores como “mayor a”, “menor a” e “igual a”.

Su aplicación sigue el siguiente procedimiento:

1. Se ordenan los datos de las muestras A y B en un grupo único de tamaño $N=n_a n_b$.

N= número total de entradas
 n_a = número de entradas del grupo A
 n_b = número de entradas del grupo B

2. Se asignan rangos a los valores ordenados, desde el rango 1 hasta el rango N (que es el número total de datos). Cuando hay valores iguales, a cada uno de estos se le asigna el valor del promedio de los rangos que les corresponde como conjunto. A continuación muestro un ejemplo:

³⁸ Información obtenida del sitio público VassarStats: <http://vassarstats.net/textbook/index.html>

³⁹ Las pruebas estadísticas paramétricas parten del supuesto de que la base de datos analizada tiene una distribución normal. Las no paramétricas no hacen ninguna suposición al respecto. Al tratarse de una muestra pequeña, optamos por una prueba no paramétrica.

⁴⁰ Aún cuando los sujetos deben reportar su percepción con un valor numérico discreto, la idea es que la dimensión de aceptabilidad misma es continua.

Valores obtenidos	Rango asignado a cada valor
1	1
2	2
3	3.5
3	3.5
5	5

3. Se regresan los rangos asignados a la muestra a la que correspondían inicialmente y sustituyen los valores originales con los nuevos rangos obtenidos.

4. Se calculan los siguientes datos:

T_A = la suma de los rangos n_a del grupo A.
 T_B = la suma de los rangos n_b del grupo B.
 T_{AB} = la suma de los rangos N de los grupos A y B combinados.

5. Se calcula el estadístico U , el cual corresponde a la diferencia entre el valor máximo posible de T de la muestra ($T_{A[MAX]}$) frente al valor observado de T de la muestra (T_A o T_B). La fórmula de este cálculo aplicado a la muestra A sería la siguiente: $U_A = T_{A[MAX]} - T_A$.⁴¹

6. Se compara el valor U obtenido con el valor U crítico encontrado en las tablas publicadas para esta prueba, las cuales consideran N y el tipo de prueba (direccional o no direccional) para ofrecer un coeficiente de correlación. Estas tablas también nos permiten calcular el valor p , que más tarde contrastaremos con nuestro valor crítico de significación α .

Nota: Reemplazar los datos “crudos” con rangos tiene dos razones principales:

a) Enfocarnos en las relaciones ordinales entre las medidas obtenidas, es decir “mayor a”, “menor a” e “igual a”, para evitar caer en el supuesto de que estas medidas provienen de una escala de intervalos iguales.

b) Transformar la selección de datos en un sistema cerrado cuyos valores siempre provendrán de la lógica. Por ejemplo, en cualquier estudio donde $N=4$, $T_{AB}= 10$ (porque $1+2+3+4=10$).

3.2 Aceptabilidad de la queja irónica frente a la queja directa

Para comenzar esta sección es necesario dejar claros los siguientes puntos:

1. Las muestras fueron obtenidas de manera aleatoria en sujetos de ambas sociedades *in situ*, en un lapso menor a 6 meses.

⁴¹ Seleccionar el grupo A o B para realizar este cálculo no afecta el resultado final, ya que cada una es el reflejo opuesto de la otra.

2. Decidí utilizar la prueba estadística U de Mann Whitney con un valor de significación $\alpha=0.01$ para tratar los datos obtenidos.
3. A pesar de que añadí una sección de análisis cualitativo, esta investigación es mayoritariamente de carácter cuantitativo debido al tipo de instrumento utilizado.

También recordemos las hipótesis que enmarcan este estudio:

H_0 : No existe una diferencia estadísticamente significativa entre la percepción de la queja irónica frente a la queja directa entre mexicanos y franceses.

H_1 : Existe una diferencia estadísticamente significativa entre la percepción de la queja irónica frente a la queja directa entre mexicanos y franceses.

Ahora, observemos las tablas siguientes:

ACEPTABILIDAD DE LA QUEJA IRÓNICA		
	Mexicanos	Franceses
Suma total	822	910
Media (n=320)	2.5688	2.8438
Desviación estándar	1.4059	1.4494
Resultados Prueba U		
	Mexicanos	Franceses
Media de los rangos	303.3	337.7
z^{42}	-2.35	
p^{43}	0.0094	

Tabla 3.1 Resultados generales de la aceptabilidad de la queja irónica.

ACEPTABILIDAD DE LA QUEJA DIRECTA		
	Mexicanos	Franceses
Suma total ⁴⁴	887	1033
Media (n=320)	2.7719	3.2281
Desviación estándar	1.4859	1.419
Resultados Prueba U		
	Mexicanos	Franceses
Media de los rangos	292.5	348.6
Z	-3.84	
P	0.0001	

Tabla 3.2 Resultados generales de la aceptabilidad de la queja directa.

⁴² La puntuación z se refiere al número de desviaciones estándar que el valor observado presenta. Recordemos que la prueba estadística utilizada presupone una distribución normal en los datos.

⁴³ El valor p es la probabilidad de que el patrón observado provenga de algún proceso aleatorio. Cuando el valor p es muy pequeño, significa que es muy poco probable que los resultados obtenidos sean producto del azar. Considerando esto, el valor p nos permitirá rechazar la hipótesis nula (H_0) en función del valor crítico seleccionado (en este caso $\alpha=0.01$).

⁴⁴ Presento como "Suma total" el resultado de la suma de todos los valores obtenidos en las respuestas de los sujetos; este valor es meramente informativo pues no forma parte de la prueba estadística utilizada.

3.2.1 Resultados generales, sujetos mexicanos frente a sujetos franceses

En las tablas 3.1 y 3.2 muestro los resultados obtenidos al utilizar la prueba U para contrastar la aceptabilidad reportada de la queja irónica y de la queja directa en ambos grupos sociales estudiados. En la tabla 3.1 podemos observar cómo se comportan las dos sociedades ante las quejas irónicas, mientras que en la tabla 3.2 podemos observar cómo se comportan ante las quejas directas.

En estos primeros resultados notamos que hay grandes diferencias en la aceptabilidad de las quejas irónicas en los dos grupos de sujetos. Los resultados mostrados en la Tabla 3.1 nos permiten **descartar la hipótesis nula**, que expresa que no existe una diferencia estadísticamente significativa entre la percepción de la queja irónica frente a la queja directa entre mexicanos y franceses.

Al observar los datos de la tabla 3.1 observamos un valor p de 0.0094, menor al valor crítico de significación utilizado en este estudio ($\alpha=0.01$), lo que prueba que existen diferencias significativas en la aceptabilidad de la queja irónica reportada por ambos grupos. Sin embargo, es sumamente importante considerar los resultados referentes a la queja directa (tabla 3.2) pues en ella podemos ver que los números arrojados al aplicar la prueba U a los datos referentes a estas quejas son incluso más significativos que aquellos relacionados con las quejas irónicas, pues presentan un valor p de 0.0001.

Considerando el tamaño de la muestra, al analizar los resultados obtenidos para contrastar la percepción de aceptabilidad de la queja irónica entre mexicanos y franceses, obtenemos que en ambos casos el valor p es sumamente significativo, sin embargo, en el caso de las quejas directas lo es aún más que en el caso de las quejas irónicas.

Podemos así observar que los franceses entrevistados se muestran significativamente más tolerantes que los mexicanos ante las quejas irónicas, sin embargo, esta diferencia es mucho más marcada al hablar de las quejas directas, lo que nos dirige a estudios mencionados previamente donde se muestra que los mexicanos dan gran importancia a la salvaguarda de la imagen positiva⁴⁵. Por ello, a pesar de que la hipótesis alterna tiene su origen en una intuición personal, subjetiva e idiosincrática, parece ser, efectivamente, una percepción más general, atada a ciertos valores sociales subyacentes a la cultura.

3.2.2 Resultados generales, quejas irónicas frente a quejas directas

A continuación ofrezco las tablas 3.3 y 3.4, donde se pueden ver los resultados obtenidos al utilizar la misma prueba estadística pero de manera intragrupal, es decir, enfrentando la queja irónica a la queja directa dentro de cada uno de los dos grupos sociales estudiados.

ACEPTABILIDAD DE LAS QUEJAS IRÓNICAS FRENTE A LAS QUEJAS DIRECTAS EN LOS MEXICANOS		
	Quejas irónicas	Quejas directas
Suma total	822	887
Media (n=320)	2.5688	2.7719

⁴⁵ Ver 1.2 La cortesía verbal como fenómeno antropológico, social y verbal.

Desviación estándar	1.4059	1.4859
Resultados Prueba U	Quejas irónicas	Quejas directas
Media de los rangos	308.6	332.4
Z		-1.63
P		0.0516

Tabla 3.3 Resultados intragrupal de la aceptabilidad de las quejas en los mexicanos.

ACEPTABILIDAD DE LAS QUEJAS IRÓNICAS FRENTE A LAS QUEJAS DIRECTAS EN LOS FRANCESES		
	Quejas irónicas	Quejas directas
Suma total	910	1033
Media (n=320)	2.8438	3.2281
Desviación estándar	1.4494	1.419
Resultados Prueba U	Quejas irónicas	Quejas directas
Media de los rangos	296.5	344.5
Z		-3.29
P		0.0005

Tabla 3.4 Resultados intragrupal de la aceptabilidad de las quejas en los franceses.

En esta tabla podemos observar cómo la aceptabilidad de las quejas directas se muestra superior a la aceptabilidad de las quejas irónicas en ambos grupos sociales, sin embargo, esta diferencia solo es significativa en el grupo de franceses, presentando un valor $p=0.0005$. Por otro lado, en el grupo de mexicanos, a pesar de que también existe una preferencia por las quejas directas, esta diferencia no es lo suficientemente significativa, como podemos observar a partir del valor obtenido $p=0.0516$.⁴⁶

Un resultado adicional que cabe la pena mencionar es que la queja, en términos generales y con independencia del tipo de formulación con el que se lleve a cabo, es más aceptable para los sujetos franceses que para los sujetos mexicanos, lo que es esperado si recordamos la gran preferencia por las quejas irónicas y directas vista en los franceses en los primeros resultados mostrados (tablas 3.1 y 3.2).

Otro dato importante que sobresale son los valores z obtenidos en el contraste al considerar como variable independiente principal a las dos sociedades. Podemos observar que, a pesar de que ambos grupos de sujetos prefieren las quejas directas sobre las quejas irónicas (lo que desarrollaré más detenidamente en la sección de discusión), la variación en la sociedad mexicana es $z=1.63$, mientras que en los franceses es $z=3.29$, esto nos indica que los mexicanos son mucho más constantes que los franceses en sus respuestas, es decir, presentan una variación apenas mayor a una desviación estándar y media, mientras que la variación en los franceses supera tres desviaciones estándar.

⁴⁶ Algunos estudios empíricos consideran que para las ciencias sociales un valor de $p<0.05$ es significativo estadísticamente.

3.2.2.1 Relación con la teoría de la ironía como un caso de uso ecoico

Estos resultados podrían explicarse al entender a la ironía como un uso ecoico capaz de distanciar al hablante del contenido proposicional expresado, como lo proponen Sperber y Wilson (1981), pues nos permitiría entender el uso de la ironía en el acto de habla de la queja oral como una herramienta que permite al hablante ridiculizar a su interlocutor, dándole a entender que la idea de que no se hubiera equivocado sería absurda.

Esto además parece aumentar más la agresión percibida por los oyentes, y encontramos un patrón común en las dos sociedades: a pesar de que hay diferencias altamente significativas en la aceptación de ambos tipos de quejas, para ambas culturas la queja irónica es más agresiva, lo que nos conduce a pensar que como resultado de esta disociación, el hablante no solo carga de actitud crítica a la idea de la que hace ironía, sino que además esta actitud crítica cae directamente en el interlocutor que es aquel que cometió el error. Aquí entra en juego la teoría de Brown y Levinson (1987).

3.2.2.2 Relación con la teoría de cortesía verbal

Recordemos que Brown y Levinson (1987) presentan a la ironía como una estrategia indirecta (off-record) de cortesía que sirve como mitigador de la agresión hacia la imagen donde el hablante dice lo contrario a lo que busca comunicar (se mantienen en la definición tradicional), pues, según ellos, la ironía permite al hablante escudar sus palabras con el argumento de que el lector entendió algo diferente a lo que él quería expresar (le da una salida), por lo que para ellos, su valor funcional es de “acercar” a los hablantes, pero ¿qué sucede aquí?

También hay que retomar lo dicho anteriormente sobre la queja y su papel de AAIP potencial, si además del ataque a la imagen positiva del interlocutor que esta inherentemente entraña, le añadimos una actitud de disociación por parte del hablante, es de esperarse que los sujetos de ambas culturas, sin importar su nivel de sensibilidad a la agresión de la imagen, se sientan más agredidos por una queja irónica que por una queja directa, lo que se contrapone a lo expresado por Brown y Levinson al hablar de las estrategias indirectas, al tiempo que nos hace dudar de la ironía como estrategia de cortesía perteneciente a este grupo. Desarrollaré a profundidad estos argumentos en secciones posteriores.

En el siguiente diagrama de caja muestro una síntesis de los resultados obtenidos. Entendamos por ALL IRO (FR) los valores de aceptabilidad de las quejas irónicas reportados por los sujetos franceses; ALL IRO (MX), los valores de aceptabilidad de las quejas irónicas reportados por los sujetos mexicanos; ALL DIR (FR) los valores de aceptabilidad de las quejas directas reportados por los sujetos franceses y ALL DIR (MX) los valores de aceptabilidad de las quejas directas reportados por los sujetos mexicanos.

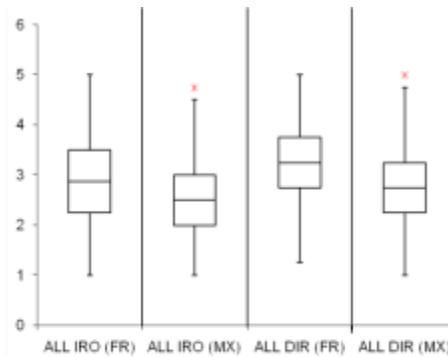


Ilustración 3.1 Diagrama de caja de los resultados generales, quejas irónicas frente a quejas directas.

En la ilustración 3.1 podemos ver de manera gráfica los datos descritos anteriormente vistos por primera vez en las tablas 3.1 y 3.2. En ella podemos observar que tanto en los mexicanos como en los franceses las quejas irónicas son menos aceptadas que las quejas directas. Como último resultado global observable en esta ilustración podemos contemplar que los resultados que ofrecen mayor variación son aquellos en ALL IRO (FR), es decir, los resultados de la prueba aplicada a la percepción de las quejas irónicas en los sujetos franceses, ya que los cuartiles 1 y 3 son los más separados.

3.2.2.3 La importancia de las quejas directas en este estudio

Ahora bien, es sumamente importante considerar también los resultados obtenidos al analizar las quejas directas. En la tabla 3.2 pudimos ver que el promedio de aceptabilidad reportado por los sujetos franceses es de 3.22, mientras que el de los sujetos mexicanos es de 2.77, y ambos comparten una desviación estándar de aproximadamente 1.4 unidades.

Al aplicar la Prueba U, obtenemos un valor $p=0.0001$, que es mucho más significativo que aquel encontrado al analizar los resultados de las quejas irónicas, lo que nos brinda datos extremadamente sólidos para afirmar que no solo existe una diferencia significativa en la percepción de este tipo de quejas por ambas culturas, sino que tal diferencia es aún más significativa para las quejas directas que la que encontramos para las quejas irónicas.

Estos resultados no solo ofrecen argumentos a favor de estudios previos que hablan sobre la gran importancia de la salvaguarda de la imagen positiva en la comunicación de la sociedad mexicana⁴⁷, sino que nos ofrecen una nueva hipótesis a desarrollar: la diferencia principal no se encuentra solamente en la aceptabilidad de la queja irónica frente a la queja directa, sino en la percepción misma de la queja interpersonal.

⁴⁷ Ver Curcó (2004, 2014) y Félix-Brasdefer (2006)

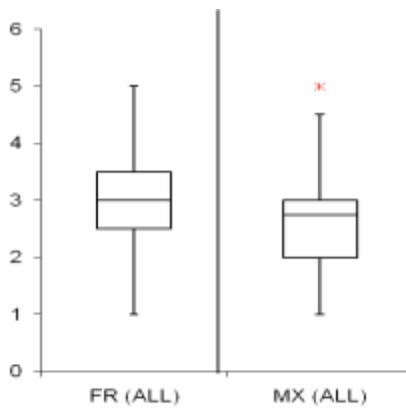


Ilustración 3.2 Diagrama de caja de los resultados generales, sujetos franceses frente a sujetos mexicanos.

Observemos la ilustración 3.2. Una vez más recurriré al uso de diagramas de caja para resumir de manera visual los datos mostrados; ahora presento únicamente dos cajas: la percepción de las quejas en su totalidad (quejas directas y quejas irónicas) reportada por los sujetos franceses, etiquetada como FR (ALL); y la percepción de las quejas en su totalidad reportada por los sujetos mexicanos, etiquetada como MX (ALL).

En esta ilustración podemos ver cómo la percepción general de la queja en ambas modalidades tratadas por este estudio (directa e irónica) es mucho más favorable en el grupo de sujetos franceses que en el grupo de sujetos mexicanos. También podemos observar que, a pesar de que las medianas (2o cuartil) de ambos grupos están cercanas, el cuartil inferior (primer cuartil) se separa pronunciadamente hacia abajo en el caso de los mexicanos, lo que nos muestra que hay una inclinación hacia la desaprobación de las quejas en este grupo social.

Resumo lo encontrado en esta sección en los siguientes puntos:

1. Sí existe una diferencia significativa entre la percepción de la queja irónica por parte de los mexicanos y por parte de los franceses, sin embargo la diferencia en la aceptabilidad de las quejas directas es aún más significativa.
2. Del punto anterior surge que la queja de manera general es más rechazada por los sujetos mexicanos que por los sujetos franceses.
3. Ambos grupos sociales muestran una preferencia por las quejas directas sobre las quejas irónicas, lo que nos lleva a pensar que la ironía en la queja aumenta el riesgo de agresión de este acto de habla.
4. Los resultados del grupo de franceses son más estables mientras que en los mexicanos hay más variabilidad.

3.3 Análisis de las variables sociales

Como he explicado anteriormente, la queja como acto de habla ataca la imagen positiva del hablante y del oyente, del hablante porque éste está entrando en el territorio de su interlocutor para mostrarle su error, tiene que tomar el papel de “aquel que señala la falta”, lo que vuelve considerablemente más difícil la posibilidad una relación de afiliación pues los aleja; y del oyente, pues el hablante le indica que ha procedido de manera incorrecta, y al hacerle ver su falta, le trata como alguien distante, incluso inferior. A partir de este razonamiento, me atrevo a sugerir que la queja atenta más claramente contra la imagen positiva del interlocutor, y, en menor medida, la del hablante.

A partir de esta reflexión teórica podemos confirmar que el uso de la ironía en este acto de habla acentúa este ataque. Un factor crucial es el valor que se da al trabajo sobre la imagen positiva en cada cultura, y su estudio es intrínsecamente de carácter social. Para esta sección recordemos algunos de los supuestos presentados en el Marco Teórico:

1. Los mexicanos dan bastante importancia a la salvaguarda de la imagen positiva⁴⁸.
2. Considerando que en los intercambios verbales tiene lugar una selección estratégica de formulaciones posibles que hace patente el trabajo que los hablantes realizan en torno a la imagen pública (Brown y Levinson, 1987) y basándonos en los resultados obtenidos, podemos observar que la queja es más riesgosa (menos aceptable) para los mexicanos que para los franceses, riesgo que se incrementa aún más con el uso de la ironía.
3. A partir de la propuesta de Brown y Levinson (1987), para elegir una estrategia de mitigación primero se calcula el riesgo a la imagen que la situación enunciativa amerita, para lo cual hay que considerar la distancia social entre el hablante y el oyente (D), el poder relativo del oyente sobre el hablante (P), y el rango de imposición involucrado en la realización del acto verbal.

Ahora que hemos confirmado que hay una diferencia en los juicios de aceptabilidad de las formulaciones de las quejas entre mexicanos y franceses, podemos abordar el segundo objetivo, que consiste en establecer si estas variaciones están vinculadas a las dimensiones de distancia social y poder relativo entre los interlocutores.

A continuación presentaré los resultados derivados del análisis de las combinaciones de variables sociales presentes en el instrumento. Recordemos que, debido a la naturaleza del instrumento, operacionalicé tanto la distancia (D) como el poder relativo (P) únicamente en dos modalidades, alta y baja. Como resultado de esta decisión, sólo existen cuatro pares de variables posibles:

(a) PODER ALTO <P+> + DISTANCIA ALTA <D+>

(b) PODER ALTO <P+>+ distancia baja <d->

⁴⁸ Ver sección 1.2.1.4.3 El peso relativo de efectuar el acto de habla en una cultura o situación

(c) Poder bajo <p-> + DISTANCIA ALTA <D+>

(d) Poder bajo <p-> + distancia baja <d->

En el siguiente apartado mostraré los resultados obtenidos al considerar estos pares de variables y relacionarlos directamente con los grupos sociales estudiados; me apoyaré en las teorías discutidas para mostrar argumentos que permitan explicar las variaciones significativas encontradas.

3.3.1 Sujetos mexicanos

En el siguiente cuadro muestro los resultados obtenidos del análisis de la aceptabilidad de la queja irónica frente a la queja directa considerando los cuatro pares de variables en el grupo de sujetos mexicanos (n=80):

	Poder alto, distancia alta <P+>, <D+>		Poder alto, distancia baja <P+>, <d->	
	Irónico	Directo	Irónico	Directo
Suma total	235	218	165	167
Media (n=80)	2.9375	2.725	2.0625	2.0875
Desviación estándar	1.435	1.5829	1.296	1.3235
Resultados Prueba U				
Media de los rangos	83.9	77.1	80.4	80.6
Z	0.92		-0.02	
P	0.1788		0.492	

Tabla 3.5 Resultados al considerar variables sociales, parte 1. Sujetos mexicanos.

	Poder bajo, distancia alta <p->, <D+>		Poder bajo, distancia baja <p->, <d->	
	Irónico	Directo	Irónico	Directo
Suma total	190	262	232	240
Media (n=80)	2.375	3.275	2.9	3
Desviación estándar	1.3536	1.2526	1.365	1.5178
Resultados Prueba U				
Media de los rangos	65.4	95.6	78.9	82.1
Z	-4.13		-0.45	
P	<.0001		0.3264	

Tabla 3.6 Resultados al considerar variables sociales, parte 2. Sujetos mexicanos.

En las Tablas 3.5 y 3.6 podemos observar que al comparar la diferencia de aceptabilidad entre queja irónica y directa reportada por los sujetos mexicanos, la diferencia más significativa se encuentra en las situaciones donde el poder es bajo y la distancia alta (Tabla 3.6). En estos casos, la mayor aceptabilidad se observa en las quejas directas, siendo la diferencia en la media de casi un punto y encontrando un valor p extremadamente bajo de <.0001.

Este dato es sumamente relevante para este estudio ya que nos arroja que, más allá de lo ya conocido, la aceptabilidad de la ironía se reduce aún más en situaciones donde no existe una diferencia visible de poder pero sí de distancia, es decir, para los mexicanos la ironía es fuertemente rechazada cuando se trata de personas que comparten un estatus social similar pero con un bajo grado de familiaridad, es decir, desconocidos.

En la tabla siguiente muestro de manera general las medias y los valores p encontradas en el análisis de los pares de variables mencionados:

<P+>, <D+> Irónico m=2.9375	<P+>, <d-> Irónico m=2.0625	p=0.0001
<p->, <D+> Irónico m=2.375	<p->, <d-> Irónico m=2.9	p=0.008
p=0.0073	p=0.0001	p=0.4364

Tabla 3.7 Variables sociales. Queja irónica, sujetos mexicanos.

<P+>, <D+> Directo m=2.725	<P+>, <d-> Directo m=2.0875	p=0.0073
<p->, <D+> Directo m=3.275	<p->, <d-> Directo m=3	p=0.1112
p=0.0082	p=0.0001	p=0.1251

Tabla 3.8 Variables sociales. Queja directa, sujetos mexicanos.

A continuación muestro el análisis de la tabla previamente presentada:

3.3.1.1 Distancia

Observemos primeramente los resultados de manera horizontal. En la primera sección de la Tabla 7 podemos ver cómo la media general de aceptación de la queja irónica baja casi un punto cuando cambiamos la distancia de su modalidad alta a baja, ambas acompañadas por una variable alta de poder; en el caso de la queja directa también disminuye la aceptabilidad pero de menor manera. Esto puede parecer contrario a la lógica, ya que uno esperaría mayor aceptabilidad al considerar una menor distancia.

Por otro lado, al observar el cambio al reducir la distancia acompañada de valores de poder bajo sucede el fenómeno contrario, la aceptabilidad aumenta (Tabla 3.7). Es decir, en los casos donde no hay una diferencia jerárquica visible entre los personajes se acepta más la ironía

cuando estos se conocen, lo que obedece más a lo esperado basándonos únicamente en las interacciones sociales y los resultados generales sobre la aceptabilidad de la queja irónica.

Al analizar la Tabla 8 podemos ver cómo la aceptabilidad de la queja directa disminuye al reducir la distancia y mantener la relación de poder alta, al igual que sucedió con lo observado en la queja irónica, es decir, parece que los mexicanos aceptan más las quejas cuando se da entre desconocidos que cuando es entre familiares o amigos, sin embargo esta diferencia no es estadísticamente significativa.

También podemos observar que, a diferencia de lo sucedido con la queja irónica, al reducir la distancia y mantener una relación de poder baja, la aceptabilidad de la queja directa se reduce, lo que se podría explicar considerando el valor que tienen las relaciones cercanas para los mexicanos, es decir, según los datos, ellos prefieren atacar la imagen positiva de un desconocido a atacar la imagen de un familiar o un amigo, aquí entra en juego el valor cultural de la familia y de las relaciones interpersonales más estrechas.

Para sintetizar nuestro estudio en la siguiente tabla los valores resultantes del análisis estadístico aplicado al modificar los valores de la distancia social en el grupo de sujetos mexicanos.

Situaciones en las que cambia la aceptabilidad de manera significativa. Queja irónica.	
Cambio	Dirección del cambio y valor p
(P+, D+) → (P+, d-)	Disminuye la aceptabilidad. p=0.0001
(p-, D+) → (d-, d-)	Aumenta la aceptabilidad. p=0.008
Situaciones en las que cambia la aceptabilidad de manera significativa. Queja directa	
Cambio	Dirección del cambio y valor p
(P+, D+) → (P+, d-)	Disminuye la aceptabilidad. p=0.0073
(p-, D+) → (p-, d-)	Disminuye muy poco la aceptabilidad. p=0.1112

Tabla 3.9 Resultados significativos encontrados en el análisis de la variación de distancia social para los sujetos mexicanos.

3.3.1.2 Poder

Observemos ahora la Tabla 3.7 de manera vertical. Al hablar de las quejas irónicas podemos ver cómo la aceptabilidad disminuye al disminuir la variable de poder manteniendo alta la variable de distancia <D+>. Es decir que para los mexicanos es más aceptable la queja irónica frente a una figura de autoridad con la que no se tiene una relación de familiaridad que con una figura de autoridad cercana, normalmente perteneciente a la misma familia.

Por otro lado, al observar la aceptabilidad de la queja irónica al disminuir el poder manteniendo una relación de distancia baja, sucede lo contrario y la aceptabilidad de la queja aumenta casi un punto. De esto podemos pensar que para los mexicanos es más fácil quejarse de manera irónica cuando se trata de personas cercanas, siempre y cuando no haya una diferencia jerárquica evidente.

Esto puede parecer contra intuitivo, pero se podría esperar en culturas donde el respeto entre iguales es igual o más valioso que el respeto hacia las figuras de autoridad, lo que restringe aún más el uso de la ironía entre personas pertenecientes a la misma jerarquía social.

Pasando a la Tabla 3.8 en la que se muestran los resultados relacionados con la queja directa podemos observar que al reducir la variable de poder manteniendo una distancia alta <D+>, la aceptabilidad de este tipo de queja también aumenta, a diferencia de la queja irónica.

Por otro lado observamos cómo al reducir las diferencias jerárquicas manteniendo una distancia social baja <d->, la aceptabilidad aumenta. Diciéndolo de otro modo, para el mexicano es más fácil quejarse de manera directa a una persona perteneciente al mismo nivel social que a una de mayor nivel usando la ironía.

Al igual que en la sección anterior, en la siguiente tabla muestro los valores estadísticos obtenidos al analizar la variación de esta variable en los sujetos mexicanos.

Situaciones en las que cambia la aceptabilidad de manera significativa. Queja irónica.	
Cambio	Dirección del cambio y valor p
(P+, D+) → (p-, D+)	Disminuye la aceptabilidad. p=0.0073
(P+, d-) → (d-, d-)	Aumenta la aceptabilidad. p=0.0001
Situaciones en las que cambia la aceptabilidad de manera significativa. Queja directa	
Cambio	Dirección del cambio y valor p
(P+, D+) → (p-, D+)	Aumenta la aceptabilidad. p=0.0082
(P+, d-) → (p-, d-)	Aumenta la aceptabilidad. p=0.0001

Tabla 3.10 Resultados significativos encontrados en el análisis de la variación de poder relativo para los sujetos mexicanos.

En la siguiente sección muestro los resultados de un análisis similar realizado con los valores aportados por los sujetos franceses.

3.3.2 Sujetos franceses

En el siguiente cuadro muestro los resultados obtenidos del análisis de los cuatro pares de variables en el grupo de sujetos franceses (n=80):

	Poder alto, distancia alta <P+>, <D+>		Poder alto, distancia baja <P+>, <d->	
	Irónico	Directo	Irónico	Directo
Suma total	218	219	178	216
Media (n=80)	2.725	2.7375	2.225	2.7
Desviación estándar	1.5259	1.4029	1.3405	1.4267

Resultados Prueba U				
Media de los rangos	79.8	81.2	72.7	88.3
Z	-0.18		-2.13	
P	0.4286		0.0166 ⁴⁹	

Tabla 1 Resultados al considerar variables sociales, parte 1. Sujetos franceses.

Tabla 3.11 Resultados al considerar variables sociales, parte 1. Sujetos franceses.

	Poder bajo, distancia alta <p->, <D+>		Poder bajo, distancia baja <p->, <d->	
	Irónico	Directo	Irónico	Directo
Suma total	241	306	273	292
Media (n=80)	3.0125	3.825	3.4125	3.65
Desviación estándar	1.364	1.2094	1.3187	1.2639
Resultados Prueba U				
Media de los rangos	66.8	94.2	76.4	84.6
Z	-3.74		-1.12	
P	0.0001		0.1314	

Tabla 2 Resultados al considerar variables sociales, parte 2. Sujetos franceses.

Tabla 3.12 Resultados al considerar variables sociales, parte 2. Sujetos franceses.

En las Tablas 3.11 y 3.12 podemos observar dos valores de p muy importantes al considerar las variables sociales en los sujetos franceses: aquel obtenido al enfrentar la queja irónica con la queja directa en una situación de poder alto y distancia baja, y aquel obtenido al enfrentarlos en una situación de poder bajo y distancia alta.

A pesar de que el valor obtenido en la primera situación mencionada (P+, d-) no resulta significativo al considerar nuestro valor crítico ($\alpha=0.01$), resulta importante mencionarlo pues de él puede surgir información valiosa que complementa nuestros descubrimientos. Recordemos que esta situación está representada por una diferencia jerárquica estereotípica acompañada con una distancia baja, por ejemplo, un hijo dirigiéndose de manera irónica a su padre. En tales casos la queja directa es mucho más aceptable que la queja irónica.

El otro par de variables donde existe una diferencia significativa al enfrentar la queja irónica con la queja directa es donde el poder es bajo y la distancia baja. En este tipo de situaciones los franceses muestran un mayor grado de aceptación (una diferencia en la media de casi un punto) de la queja directa frente a la queja irónica.

⁴⁹ Este valor de p, aunque muy significativo, no cumple con mi criterio de selección, ya que estoy considerando como valor crítico de significación $\alpha=0.01$

Al igual que con los sujetos mexicanos, muestro el análisis interno al cruzar los pares de variables sociales en la siguiente tabla:

<P+>, <D+> Irónico m=2.725	<P+>, <d-> Irónico m=2.225	p=0.0233
<p->, <D+> Irónico m=3.0125	<p->, <d-> Irónico m=3.4125	p=0.0359
p=0.1003	p=<.0001	p=0.002

Tabla 3 Variables sociales. Queja irónica, sujetos franceses.

Tabla 3.13 Variables sociales. Queja irónica, sujetos franceses.

<P+>, <D+> Directo m=2.7375	<P+>, <d-> Directo m=2.7	p=0.4168
<p->, <D+> Directo m=3.825	<p->, <d-> Directo m=3.65	p=0.1949
p=<.0001	p=<.0001	p=<.0001

Tabla 4 Variables sociales. Queja directa, sujetos franceses.

Tabla 3.14 Variables sociales. Queja directa, sujetos franceses.

3.3.2.1 Distancia

Al igual que con el grupo de mexicanos, comenzaré con el análisis de los resultados obtenidos referentes a la distancia social, observemos los datos de la Tabla 3.13 de manera horizontal. Aquí podemos ver que al reducir la distancia manteniendo constante la variable de poder alto existe una gran diferencia en aceptabilidad de las quejas irónicas, siendo estas últimas menos aceptables en casos donde la distancia es baja, de manera similar a lo ocurrido con los sujetos mexicanos, sin embargo no se trata de una diferencia estadísticamente significativa.

Ahora bien, al reducir el valor de la distancia social manteniendo constante un valor de poder bajo sucede lo contrario, para los franceses las quejas irónicas son más aceptables en las situaciones donde no hay una diferencia jerárquica pero las personas son más cercanas. Sin embargo, al igual que en los resultados anteriores, esta diferencia no es lo suficientemente fuerte como para ser considerada significativa.

En el caso de la queja directa, si mantenemos una variable de poder alto y reducimos la distancia social, la media permanece constante. Es aquí donde encontramos la primera gran diferencia entre el grupo de sujetos mexicanos (Tabla 3.8) y el grupo de sujetos franceses (Tabla 3.12). Recordemos que para los mexicanos, al considerar este mismo par de variables, la aceptabilidad de la queja irónica disminuía en una media de 0.7 ($p=0.0073$).

Para ilustrar este hallazgo podemos pensar que para los franceses no existe una diferencia en la aceptabilidad de la queja directa con respecto a la irónica mientras que los hablantes se

conozcan. Por otro lado, en el grupo de mexicanos observamos que, si los sujetos se conocen y existe una diferencia jerárquica notable, la queja directa se vuelve mucho menos aceptable que si los sujetos no se conocen.

Además de esto, observamos que al reducir la distancia manteniendo la variable de poder baja podemos notar que la aceptabilidad de la queja directa disminuye un poco, es decir, es más aceptable la queja directa cuando los personajes son conocidos y no hay una diferencia jerárquica visible, no obstante este cambio no es lo suficientemente significativo como para considerarlo en la discusión.

Una vez más muestro en la siguiente tabla aquellos valores encontrados al analizar la variación de estos conjuntos de variables. Cabe notar que este fue el único caso donde ningún cambio presentó un valor estadísticamente significativo

Situaciones en las que cambia la aceptabilidad de manera significativa. Queja irónica.	
Cambio	Dirección del cambio y valor p
(P+, D+) → (P+, d-)	Disminuye la aceptabilidad. p=0.0233
(p-, D+) → (d-, d-)	Aumenta la aceptabilidad. p=0.0359
Situaciones en las que cambia la aceptabilidad de manera significativa. Queja directa	
Cambio	Dirección del cambio y valor p
(P+, D+) → (P+, d-)	Se mantiene constante la aceptabilidad. p=0.4168
(p-, D+) → (p-, d-)	Disminuye muy poco la aceptabilidad. p=0.1949

Tabla 3.15 Resultados significativos encontrados en el análisis de la variación de distancia social para los sujetos franceses.

3.3.2.2 Poder

Regresemos a la tabla 3.11, pero esta vez analicémosla de manera vertical. En un primer acercamiento podemos observar que al reducir la variable de poder manteniendo la variable de distancia alta, la aceptabilidad de la queja irónica aumenta, es aquí donde encontramos la segunda gran diferencia entre los sujetos franceses y los sujetos mexicanos, pues en estos últimos la aceptabilidad de la queja irónica disminuía. A pesar de que este valor p en los sujetos franceses no es significativo, el valor p en los sujetos mexicanos sí lo es, por lo que podríamos decir que en los sujetos mexicanos sí existe una variación en la aceptabilidad al presentarse este cambio de variables mientras que en los sujetos franceses la aceptabilidad permanece virtualmente constante.

En la misma tabla podemos observar que al reducirse el valor del poder manteniendo la variable de distancia baja hay un aumento de aceptabilidad de la queja irónica, de igual manera que sucedió en el grupo de mexicanos. Es decir que tanto para los mexicanos como para los franceses es más aceptable la queja irónica frente a una figura de autoridad con la que no se tiene una relación de familiaridad que con una figura de autoridad cercana.

En el caso de las quejas directas podemos observar que al reducir la variable de poder manteniendo constante la variable de distancia alta existe un cambio significativo. Al igual que en

el grupo de mexicanos, tal reducción en la variable de poder vuelve más aceptable la queja directa, es decir, para ambos grupos es más aceptable la queja directa ante un desconocido cuando no existe una diferencia de poder entre ambos hablantes.

Por último, al reducir la variable de poder manteniendo baja la variable de distancia podemos observar que la aceptabilidad de las quejas directas aumenta, de la misma manera que sucedió con los mexicanos, esto de acuerdo a lo esperado. Es decir, para los franceses, como para los mexicanos, se acepta más la queja directa cuando se trata de personas conocidas con un nivel social similar que cuando se trata de personas conocidas socialmente diferentes. Para ilustrar puedo decir que en ambas sociedades se prefiere la queja directa ante un hermano que ante un padre.

Al igual que en la sección anterior, en la siguiente tabla muestro un resumen de los cambios encontrados al analizar esta variable:

Situaciones en las que cambia la aceptabilidad de manera significativa. Queja irónica.	
Cambio	Dirección del cambio y valor p
(P+, D+) → (p-, D+)	Aumenta la aceptabilidad. p=0.1003
(P+, d-) → (d-, d-)	Aumenta la aceptabilidad. p<.0001
Situaciones en las que cambia la aceptabilidad de manera significativa. Queja directa	
Cambio	Dirección del cambio y valor p
(P+, D+) → (p-, D+)	Aumenta la aceptabilidad. p<.0001
(P+, d-) → (d-, d-)	Aumenta la aceptabilidad. p<.0001

Tabla 3.16 Resultados significativos encontrados en el análisis de la variación de poder relativo para los sujetos franceses.

Para concluir esta sección me queda notar que la dirección de la variación de aceptabilidad entre las quejas irónicas y directas al considerar los diferentes pares de variables trabajados es muy similar entre los sujetos mexicanos y franceses, aunque el grado de tal variación sea diferente. A continuación muestro las dos grandes diferencias resultado del análisis considerando las variables sociales:

1. Al variar la distancia social manteniendo una relación alta de poder, la aceptabilidad de las quejas directas disminuye en los mexicanos cuando la distancia es menor mientras que en los franceses se mantiene constante, es decir que para un mexicano resulta más fácil quejarse ante alguien a quien no conoce que ante a alguien familiar, siempre y cuando su interlocutor tenga un nivel jerárquico superior a él.
2. Al variar el poder relativo manteniendo una relación de distancia alta, la aceptabilidad de la queja irónica para los mexicanos disminuye cuando la relación de poder es menor,

mientras que para los franceses la aceptabilidad aumenta (aunque no de manera significativa).

3.4 Resultados del análisis cualitativo

Comencemos con recordar que este estudio es principalmente de carácter cuantitativo ya que los sujetos debían calificar las situaciones presentadas por medio de una escala de aceptabilidad, sin embargo, les proporcioné la oportunidad de explicar su respuesta en un área para escritura libre incluida al final de cada reactivo, posterior a la escala.

Debido a esta libertad otorgada a los sujetos, la gran mayoría no contestó esta pregunta. En el caso de los mexicanos, solo hubo 52 entradas en los reactivos críticos, de un total de 640 posibles respuestas (8.1%); en el caso de los franceses, obtuve únicamente la mitad de este número, pues solo 26 personas respondieron (4.06%). Considerando que hubo cuatro grupos de sujetos por cada población y que a cada grupo correspondían cuatro pares de variables diferentes, será imposible, con los datos obtenidos, realizar una comparación cualitativa de situaciones similares entre las dos poblaciones.

Debido a las razones expuestas elegí, según mi criterio, las respuestas que me parecieron más significativas para este estudio, es decir, aquellas que de alguna manera relacionan las variables independientes con la aceptabilidad. Este análisis será breve y su uso será principalmente para apoyar el análisis cuantitativo de esta investigación.

Para conocer las situaciones en las que se presenta cada respuesta, invito al lector a dirigirse a la sección 8, Apéndices, específicamente al apartado Reactivos críticos. Es importante notar que evito el nombre de los participantes y solo muestro las etiquetas del reactivo al que respondieron, esto con el fin de mantener anónima su identidad.

3.4.1 Sujetos mexicanos

A continuación presentaré aquellas respuestas del grupo de mexicanos que cumplen con los requisitos estipulados anteriormente y explicaré las razones para considerarlas en este análisis.

3.4.1.1 Quejas directas

Grupo A

Situación <P+>, <D+>

Calificación: 5

Respuesta: "Ps sí, los policías no sirven para nada"

En esta respuesta, el participante observa la poca importancia que da a una de las figuras de autoridad pública más estereotípicas y representativas internacionalmente: la policía. Podemos ver que para este participante es muy aceptable quejarse frente a esta figura, ya que califica la queja con 5 (totalmente aceptable) y atribuye esta calificación a la incompetencia que él supone de estos individuos.

Grupo A

Situación <P+>, <d->

Calificación: 1

Respuesta: “No le hablaría así a mi madre”

Aquí podemos notar el fuerte valor que tienen las figuras paternas, en especial la figura de la madre para la sociedad mexicana. Veremos en la sección de discusión cómo esto puede afectar la percepción de aceptabilidad de las quejas por los hablantes.

Grupo D

Situación <p->, <d->

Calificación: 1

Respuesta: “Un accidente no es motivo para ser grosero”

Esta respuesta me pareció importante pues representa una opinión recurrente por parte de los sujetos mexicanos. La idea de que el motivo de la queja provenga de un accidente parece restar aceptabilidad a las quejas en este grupo social (en los sujetos mexicanos se encontraron siete respuestas similares mientras que en los franceses no hubo una sola).

3.4.1.2 Quejas irónicas

Grupo D

Situación <P+>, <D+>

Calificación: 3

Respuesta: “Pienso que no se debería contestar de esa manera, sin embargo, en otro tono tal vez sería ameno dependiendo de cómo es el humor del profesor”

Consideraré presentar esta respuesta ya que pone en juego un factor que no pude observar en ninguna otra respuesta, este sujeto considera el humor del profesor (oyente), como variable para la aceptabilidad de la queja irónica.

Grupo C

Situación <P+>, <d->

Calificación: 1

Respuesta: “Eso afecta mucho la autoestima del chico, no debe ser tan desconsiderado con él.”

Aquí el hablante una vez más muestra empatía con los oyentes. Encontré, entre las respuestas textuales de los mexicanos, trece que hacían alusión a empatía con el oyente, mientras que en los franceses sólo hubo cuatro. Este dato es únicamente informativo, ya que al considerar que el número de respuestas a estas preguntas total de los franceses fue la mitad del total de respuestas de los mexicanos, resulta mínimamente significativo.

3.4.2 Sujetos franceses

Al igual que en la sección previa, presentaré las respuestas que cumplen con el criterio presentado y explicaré el por qué las he considerado como parte de este análisis.

3.4.2.1 Quejas directas

Grupo A

Situación <P+>, <D+>

Calificación: 2

Respuesta: "Aucune formule de politesse employée"

Traducción: "No utilizó ninguna fórmula de cortesía"

Este es el único sujeto que presenta un juicio de este tipo; me pareció interesante mostrarlo, pues parece que este hablante tiene los conocimientos para dar una valoración lingüística a la frase empleada, que, aunque claramente no se refiere a la noción técnica de cortesía (politesse), si se refiere a la noción cotidiana al presentarlo como "descortés", admitiendo que, a su parecer, algo hizo falta para ser aceptable.

3.4.2.2 Quejas irónicas

Grupo B

Situación <p->, <D+>

Calificación: 2

Respuesta: "Ironique, ça marche"

Traducción: "Irónico, está bien"

Aparte de esta respuesta, solo se presentó otra donde el sujeto hacía alusión a la ironía empleada, ambos sujetos pertenecientes al grupo de franceses.

Grupo D

Situación <p->, <D+>

Calificación: 3

Respuesta: "Je pense que si la situation est dans un bar (puisque il y a de la bière) le niveau de langue serait moins soutenu. Exemple « Merde ! Mes vêtements, fait attention ! Je vais puer la bière maintenant »"

Traducción: "Pienso que si la situación se da en un bar (ya que hay cerveza) el nivel de lengua sería menos formal. Ejemplo « ¡Carajo, mi ropa! ¡Presta atención! Ahora voy a apestar a cerveza»"

Esta respuesta me pareció interesante pues el hablante considera la situación, e incluso explica que debido a que es una situación informal, la queja ameritaría una formulación más relajada. A pesar de esto, el ejemplo que da me parece más severo, ya que incluye un regaño directo. Me pareció interesante notarlo pues en la situación presentada se trataba de dos hombres, aparentemente de la misma edad, por lo que podríamos pensar con su respuesta que el lugar tiene más valor que la relación establecida entre los hablantes (distantes) al formular una queja más o menos formal.

A pesar de que tienen razones para descalificar, no ponen calificaciones tan bajas como los mexicanos y defienden al que se queja.

A continuación presento un resumen de las nociones obtenidas en esta sección:

1. Los mexicanos muestran más empatía hacia el oyente al descalificar la queja.
2. Los franceses explican el por qué la queja en esa situación sería correcta.
3. Los mexicanos expresan mayor respeto a figuras superiores cercanas (padres) que lejanas (policías)
4. Los franceses hacen juicios sobre el tono y la amabilidad al descalificar las quejas, mientras que los mexicanos fundan sus juicios negativos en la empatía.

Considerando estos puntos y los hallazgos anteriores, pasemos a la discusión.

CAPÍTULO 4. Discusión

Hemos visto hasta ahora cómo se puede entender y explicar la ironía desde un enfoque pragmático. Recordemos que, de las propuestas presentadas, elegí aquella propuesta por Sperber y Wilson (1978) para entender su funcionamiento cognitivo y aquella propuesta por Brown y Levinson (1987) para explicar su selección y aplicación.

Seguido a esto hablé del experimento en el cual se sustenta este trabajo. Vimos que está formado por una serie de cuestionarios aplicados a dos comunidades de habla, franceses en París y mexicanos en la Ciudad de México, y que para llevarlo a cabo decidí enfocarme en la percepción de la ironía acotándolo a las quejas imperativas interpersonales.

En la tercera gran sección hablé de la prueba estadística utilizada y de los resultados de su aplicación a los datos obtenidos, en los que encontramos valores sumamente importantes que nos invitan a aceptar las hipótesis planteadas inicialmente, así como a considerar experimentos previos y a extender el estudio con nuevos cuestionamientos sociopragmáticos. A continuación, presento una breve reseña de los resultados generales encontrados:

- (1) Los franceses se muestran significativamente más tolerantes que los mexicanos ante las quejas irónicas, con un nivel de significación, $p=0.0094$.
- (2) Los franceses también se muestran significativamente más tolerantes a las quejas directas. En este caso el nivel de significación es incluso mayor, $p=0.0001$.

Además de estos resultados, y debido a que utilicé como referencia la teoría de la cortesía verbal durante la creación del instrumento (Brown y Levinson, 1987), la cual propone considerar variables sociales al momento de explicar estrategias comunicativas como la ironía, decidí ampliar el análisis de los resultados considerando las siguientes variables: poder relativo y distancia social. A continuación, muestro una breve reseña de los resultados más significativos provenientes de este segundo análisis:

- (1) Al reducir la distancia social manteniendo una relación alta de poder, la aceptabilidad de las quejas directas disminuye significativamente en los mexicanos mientras que en los franceses la misma aceptabilidad se mantiene constante.
- (2) Al reducir el poder relativo manteniendo una relación de distancia alta, la aceptabilidad de la queja irónica para los mexicanos disminuye significativamente mientras que para los franceses la aceptabilidad aumenta.

4.1 En torno a los resultados generales

Centremos nuestra atención primeramente en los resultados generales expuestos en (1) y (2). Para ello será necesario recordar las bases teóricas propuestas por Sperber y Wilson (1978) quienes proponen ver a la ironía como un caso de uso ecoico implícito.

Retomemos una vez más las palabras de Curcó (2000) quien sintetiza esta propuesta de la siguiente manera:

Para Sperber y Wilson, la ironía...

- (a) es una variedad de uso interpretativo donde la proposición expresada por el enunciado representa una creencia implícitamente atribuida por el hablante a alguien distinto a él mismo en el momento de la enunciación.
- (b) es ecoica, es decir, implícitamente expresa la actitud del hablante hacia las creencias representadas.
- (c) la actitud involucrada en el eco es de disociación de los pensamientos a los cuales se hizo eco.

Observemos los siguientes ejemplos. Siguiendo esta línea de pensamiento y acotándola a las quejas imperativas interpersonales en un ejemplo similar a aquellos encontrados en el instrumento, podemos suponer que lo que pasa en la mente del hablante al quejarse de manera irónica es algo similar a lo expuesto en (2):

(1) A tira su bebida sobre B

B: ¡Me ensuciaste la ropa! ¡**Ten cuidado!**

(2) A tira su bebida sobre B

B: ¡Qué bien! ¡**Hazlo de nuevo!**

En (1), B está quejándose por el error de A y le está pidiendo que tenga cuidado, mientras que en (2), B pide a A que repita su error, después de una exclamación de desacuerdo enmascarada irónicamente como si se tratara de un comentario de aceptación (¡Qué bien!). Para entender la lectura irónica de este ejemplo y recordar la teoría mencionada previamente podemos pensar en un proceso cognitivo del siguiente tipo:

Pensemos en la situación: un hombre (A), tira su bebida sobre otro hombre (B); salvo en situaciones muy específicas o creadas de manera artificial, B no estaría contento con el resultado de esta acción. Basándonos en la teoría expuesta, al decir (2), B en realidad está enunciando una proposición atribuida a alguien a quien le convendría o serviría que la otra persona tirara su bebida sobre su ropa una vez más. Además de esto, B se está disociando de esta idea, y añade una actitud de burla, pues pensar que alguien pidiera que se le afectara nuevamente con un error, dadas las circunstancias conocidas, sería absurdo. Al final esta actitud crítica termina siendo dirigida a la capacidad de actuar correctamente del oyente.

Aplicando este razonamiento a nuestro estudio y basándonos únicamente en la teoría podemos esperar que la queja irónica sea menos aceptable que la queja directa, pues, además del claro ataque a la imagen del oyente inherente a la queja, al hacerlo de manera irónica el hablante

expresa una actitud de burla dirigida a la capacidad del interlocutor, ya que sus palabras se podrían interpretar como que “sería absurdo esperar que no te equivocaras”, lo que claramente es más agresivo que una queja de tipo indicativo similar a “te equivocaste”, o una queja formulada imperativamente como “no te vuelvas a equivocar”.

Aquí es donde entra en juego la teoría de cortesía verbal (Brown y Levinson, 1987). Recordemos que para esta teoría, selecciones lingüísticas como la que se da entre (1) y (2) son el resultado de un cálculo social producto de la necesidad de imagen pública inherente a cada hablante. Es decir que, dependiendo del valor correspondiente a la imagen positiva (cercanía) o negativa (distancia), en un contexto específico, el hablante se verá inclinado a elegir (1) sobre (2) o viceversa.

He explicado anteriormente como, con base en los resultados del primer análisis, la queja irónica es significativamente menos aceptable que la queja directa, pues consiste en la disociación del hablante de su enunciación a la cual carga de una actitud crítica, pero ¿Qué sucede si lo relacionamos con la caracterización de la ironía como una estrategia discursiva para elaborar en la imagen pública proveniente de la cortesía verbal?

Recordemos que, para Brown y Levinson (1987), la ironía, en cualquiera de sus formas, representa un tipo de estrategia indirecta: para ellos, la ironía sirve para minimizar el riesgo en situaciones donde los hablantes pueden potencialmente afectar su imagen pública propia o la de su interlocutor, pues les ofrece una salida a la que siempre podrán decir que “no era eso lo que querían comunicar”, pero ¿es realmente la ironía un tipo de estrategia indirecta abierta a múltiples interpretaciones?

Al finalizar la sección 1. Marco teórico pudimos observar algunas críticas dirigidas a esta manera de considerar la ironía, entre ellas está Alba-Juez (1994), quien propone que la ironía no es necesariamente una estrategia indirecta bajo ciertas circunstancias si se consideran todas las pistas para su comprensión. Por otro lado, Alvarado y Padilla- García (2008) se le unen y defienden que la ironía no solo funciona como una estrategia que acerca a los hablantes, sino como una estrategia que también los puede alejar, la teoría ecoica de Sperber y Wilson (1981) nos ofrece una explicación que embona perfectamente con estas propuestas.

Considerando los datos mostrados en el capítulo anterior y las propuestas teóricas mencionadas, me planteo la siguiente pregunta:

A pesar de las limitaciones ya conocidas en torno a la caracterización de la ironía por parte de la teoría de la cortesía verbal, ¿se puede entonces tratar la ironía como una estrategia comunicativa, cuya selección estará relacionada íntimamente con la necesidad de imagen (aceptación e independencia) de los hablantes?

Propongo una respuesta afirmativa, sin embargo considero que este análisis debe ser muy bien acotado pues, como dice Alba-Juez (1994), no existe solo un tipo de ironía, y cada una de sus enunciaciones puede corresponder a un objetivo comunicativo diferente. Como ejemplo ofrezco

este trabajo, pues para alcanzar resultados comparables fue necesario delimitar el estudio progresivamente hasta decidir trabajar únicamente con las quejas irónicas interpersonales.

Recordemos el cuadro de selección de estrategias propuesto por Brown y Levinson (1987):



Figura 4.1 Circunstancias que determinan la elección de una estrategia de cortesía. Traducción propia. (Brown y Levinson, 1987)

Según los autores, el lugar correspondiente a la ironía en este cuadro (recordemos que ellos no distinguen entre tipos de ironía) es dentro del punto 4, como estrategia indirecta; Brown y Levinson la colocan como una estrategia que mitiga, que ayuda en aquellos casos donde el riesgo de afectar la imagen pública de los hablantes es demasiado alto como para realizar el acto verbal de manera directa, incluso su uso implica la existencia de un riesgo de afectación de la imagen mayor a aquel donde se necesitaría el uso de alguna otra estrategias de cortesía.

Sin embargo, hemos visto a partir de los datos que tal lugar no le corresponde del todo, específicamente al tratarse de quejas irónicas, pues, de ser cierto lo anterior y considerando a la queja como un AAIP potencial en ambas culturas estudiadas, se hubiera esperado mayor aceptabilidad de la queja irónica que de la queja directa, a pesar de esto, como resultado obtuvimos lo opuesto.

Ahora bien, ¿dónde colocaríamos la ironía en el cuadro de estrategias de cortesía verbal? La respuesta es mucho más complicada de lo que aparenta. Primeramente hay que tener presente, como he dicho y citado anteriormente en este capítulo, que no solo existe un tipo de ironía, que, a pesar de que los resultados de este estudio contradicen lo propuesto por Brown y Levinson debido a la naturaleza del acto de habla empleado (la queja), estos no demuestran ni intentan demostrar que esta no pueda actuar como una estrategia de protección de la imagen aplicada a otros actos de habla, un ejemplo es la ironía al elogiar.

Observemos los siguientes ejemplos:

- (1) Situación: A obtiene una calificación perfecta en el examen en el que esperaba una mala nota, B está al tanto de las expectativas de A.
B: ¡Qué mal te fue! (dicho con tono irónico)
- (2) Situación: A obtiene una calificación perfecta en el examen en el que esperaba una mala nota, B está al tanto de las expectativas de A.
B: ¡Qué bien te fue!

Primeramente notemos que en ambos casos se habla del conocimiento por parte de B de las expectativas de A, sería raro esperar un comentario por parte de B como el de (2) de no haber este conocimiento previo, una vez más esto apoya la teoría de mención ecoica. Ahora bien, podemos ver en estos ejemplos que la complejidad que acompaña la aceptabilidad de la ironía es mucho mayor a la esperada, pensemos la siguiente pregunta: ¿qué factores hay que considerar en la selección entre (1) y (2)?

Mi intuición me dice que (1) se esperaría en el caso de existir una conexión más cercana entre los hablantes, pues invita a un tipo de juego o humor compartido. A pesar de que hay una actitud por parte de B, esta no es de burla hacia la capacidad de A de haber obtenido una mala nota, sino de aprobación y más bien, supone un tipo de elogio.

Otra pregunta que surge es si las decisiones en torno a la creación del instrumento afectaron de alguna manera las respuestas otorgadas por los hablantes. Recordemos que, como explico en la sección 2.4.1.1 Primeras decisiones importantes en la creación del instrumento, para poder llevar a cabo este estudio de manera exitosa tuve que tomar en cuenta las siguientes consideraciones:

- (1) Decidí usar únicamente quejas imperativas en los reactivos irónicos, esto con vistas a facilitar la lectura irónica por parte de los sujetos.
- (2) La prioridad máxima en la creación de los diálogos de todos los reactivos críticos estuvo en que estos tuvieran una aproximación casi perfecta en ambas lenguas, tanto sintáctica como morfológicamente, así como su naturalidad.

Considero que la decisión de que los reactivos críticos irónicos consistieran en su totalidad en quejas irónicas imperativas y que hubiera mayor flexibilidad en cuanto a la formulación de los reactivos críticos directos para buscar su naturalidad y equivalencia, pudo haber afectado la respuesta de los sujetos, especialmente al compararlos entre ellos.

Esta decisión, como he dicho anteriormente, ha obedecido a la necesidad de encontrar equivalentes comparables en ambas sociedades sin caer en situaciones poco naturales o ficticias, sin embargo, considero que el estudio experimental realizado así como la prueba estadística seleccionada nos da las herramientas necesarias para alcanzar los objetivos planteados en este estudio, los cuales son de carácter intercultural, ya que nos permite ver movimientos en la aceptabilidad de las quejas de ambos tipos, utilizando a cada grupo como control del otro.

Considerando lo anterior, me parece que esto da lugar al planteamiento de una problemática diferente; surge la incógnita en torno a las diferentes formulaciones irónicas contemplada inicialmente por Wilson (2017), pero abordada desde un punto de vista social, no cognitivo, como ella lo presenta. Creo que sería de gran interés estudiar estas diferencias y que un análisis de tipo intercultural podría alimentar el desarrollo de la teoría cognitiva en torno a la ironía.

Para continuar, recordemos una vez más los resultados generales obtenidos del análisis:

- (1) Los franceses se muestran significativamente más tolerantes que los mexicanos ante las quejas irónicas, con un nivel de significación, $p=0.0094$.
- (2) Los franceses también se muestran significativamente más tolerantes a las quejas directas. En este caso el nivel de significación es incluso mayor, $p=0.0001$.

Previamente hemos discutido, apoyándonos de la teoría ecoica de ironía de Sperber y Wilson (1981), una explicación racional a (1) y (2) vistos primeramente de manera cognitiva, lo que nos ha ayudado a explicar su comportamiento social. Retomemos las tablas 3.1 y 3.2 presentadas inicialmente en la sección 3.2 Aceptabilidad de la queja irónica frente a la queja directa:

ACEPTABILIDAD DE LA QUEJA IRÓNICA		
	Mexicanos	Franceses
Suma total	822	910
Media (n=320)	2.5688	2.8438
Desviación estándar	1.4059	1.4494
Resultados Prueba U		
	Mexicanos	Franceses
Media de los rangos	303.3	337.7
Z		-2.35
P		0.0094

Tabla 3.1 Resultados generales de la aceptabilidad de la queja irónica.

ACEPTABILIDAD DE LA QUEJA DIRECTA		
	Mexicanos	Franceses
Suma total	887	1033
Media (n=320)	2.7719	3.2281
Desviación estándar	1.4859	1.419
Resultados Prueba U		
	Mexicanos	Franceses
Media de los rangos	292.5	348.6
Z		-3.84
P		0.0001

Tabla 3.2 Resultados generales de la aceptabilidad de la queja directa.

Podemos notar en las tablas presentadas que, como dije anteriormente, la queja directa es mucho más aceptada que la queja irónica, y esto sucede en ambas culturas. Sin embargo, es

muy interesante notar que la diferencia es considerablemente más significativa en los franceses. Esto no termina aquí: la media en la aceptabilidad de la queja directa reportada por los franceses supera el punto intermedio en la escala de aceptabilidad utilizada (recordemos que la escala va del 1, nada aceptable, al 5, totalmente aceptable).

Podemos interpretar esto como que una mayoría de sujetos franceses calificó las quejas directas sobre el punto medio, mientras que lo contrario sucedió con las quejas irónicas. Al ver al grupo de mexicanos podemos observar que, a pesar de que prefieren significativamente las quejas directas sobre las quejas irónicas, en ambos tipos de queja, la media está bajo el punto intermedio.

Hemos tratado anteriormente el error cometido por Brown y Levinson (1987) al presentar la ironía. Recordemos que ellos la colocan dentro de la cortesía verbal como una estrategia puramente indirecta cuyo uso es la protección de los hablantes, sin embargo, basándonos en otros autores⁵⁰ y en nuestros propios resultados, surge que esto no es del todo justo. Al hilar todos estos conocimientos con los resultados de la tabla anterior encontramos resultados sumamente favorables.

Sucede lo siguiente:

La queja consiste en un acto de habla naturalmente agresivo que, como he dicho anteriormente, ataca la imagen positiva de los hablantes. A esto añadimos la ironía, que, al considerarla como una mención ecoica de disociación, está cargada de una actitud personal del hablante, lo cual incrementa la inherente agresividad de la ya agresiva queja. Además de esto, hay que considerar el papel de la formulación imperativa, la cual también implica un riesgo de ataque a la imagen negativa del oyente pues se trata de un intento por parte del hablante de inducir al oyente a llevar a cabo algo, aunque, al hacerlo de manera irónica, se vuelve más bien un tipo de burla dirigida a la capacidad del oyente.

Recordando lo dicho sobre la cultura mexicana podemos afirmar que, para los mexicanos, la diferencia entre queja irónica y queja directa no es tan significativa pues ambas resultan ser sumamente inaceptables. Observamos que, el contenido más agresivo en las quejas irónicas trabajadas está relacionado directamente con que se trate de quejas y no tanto con el valor de la ironía o de la formulación imperativa.

A pesar de lo anterior, es necesario notar que para los mexicanos sí existe una preferencia por las quejas directas, aunque me atrevo a decir que se trata, más que de una muestra de mayor “predilección” hacia las quejas directas, de una muestra de mayor “hostilidad” hacia las quejas irónicas. Es decir, que lo que ellos prefieren es que no haya quejas de ningún tipo, ni directas ni irónicas, y si las llega a haber, que no sean irónicas, al menos cuando se trate de quejas de tipo similar a las estudiadas.

⁵⁰ Ver Curcó y De Fina (2000), Félix-Brasdefer (2006),

En cuanto a los sujetos franceses, estos muestran una parcialidad mucho mayor hacia las quejas directas sobre las quejas irónicas. A pesar de la falta de estudios pragmáticos contrastivos entre la cultura mexicana y francesa en este tipo de casos⁵¹, este estudio nos ayuda a revelar que la sociedad francesa se muestra más robusta que la sociedad mexicana ante tales estímulos, y nos sospecha que podría confirmarse con estudios similares posteriores.

4.2 En torno a los resultados específicos

En la sección anterior ofrecí una discusión sobre los resultados generales obtenidos en el estudio, a continuación hablaré sobre los resultados específicos al considerar el movimiento de las variables sociales estudiadas.

Recordemos que estos hallazgos se encuentran en el contraste de las diferencias significativas entre los dos grupos sociales al modificar una de las variables manteniendo constante la otra. Hice esto es manera independiente en las quejas directas como en las quejas irónicas:

- (1) Al reducir la distancia social manteniendo una relación alta de poder, la aceptabilidad de las quejas directas disminuye significativamente en los mexicanos mientras que en los franceses la misma aceptabilidad se mantiene constante.
- (2) Al reducir el poder relativo manteniendo una relación de distancia alta, la aceptabilidad de la queja irónica para los mexicanos disminuye significativamente mientras que para los franceses la aceptabilidad aumenta.

Comenzaré con recordar el carácter teórico con el que se contemplaron inicialmente estas variables (Brown y Levinson, 1987):

P: “una dimensión social asimétrica de poder relativo,[...], P(H,S) es el grado en el que H (oyente) puede imponer sus propios planes y su propia autoevaluación (imagen pública) a expensas de los planes y la autoevaluación de S (hablante)[...]”.

D: “una dimensión social simétrica de similitud o diferencia en la que se encuentran el hablante (S) y el oyente (H) para el propósito del acto estudiado. En muchos casos está basada en la valoración de la frecuencia de interacción y los tipos de bienes (materiales y no materiales, incluida la imagen pública) intercambiados entre S y H [...]. El reflejo de la cercanía social es, generalmente, el dar y recibir recíproco de la imagen positiva.”⁵²

Teniendo esto en cuenta, pasemos a recordar la manera en la que operacionalicé estas variables⁵³:

⁵¹ Existe, por ejemplo, un manuscrito no publicado por Martineau (2006, n.p.), donde, a partir de un estudio de las interacciones al invitar y responder a una invitación, encuentra que los mexicanos dan más valor a la imagen positiva que los franceses.

⁵² Traducción propia.

⁵³ Ver 2.5.1 Variables independientes.

P: Poder relativo. Esta variable fue operacionalizada en dos modalidades <P+>, poder alto, y <p->, poder bajo. <P+> correspondía a situaciones donde H (el oyente) tenía un papel jerárquico superior al de S (sujeto), por ejemplo, un padre frente a su hijo, y <p-> a aquellas donde no había una diferencia social evidente, por ejemplo, dos hermanos.

D: Distancia social. Esta también fue operacionalizada en dos modalidades <D+>, distancia alta, y d-, distancia baja. <D+> correspondió a situaciones donde los hablantes eran desconocidos, por ejemplo, dos hombres en un lugar público, y <d-> a situaciones donde los hablantes eran conocidos, por ejemplo, dos amigos en la casa de uno de ellos.

Consideremos esta metodología y retomemos los hallazgos generales encontrados para profundizar en el hallazgo presentado en (1):

- (1) Al reducir la distancia social manteniendo una relación alta de poder, la aceptabilidad de las quejas directas disminuye significativamente en los mexicanos mientras que en los franceses la misma aceptabilidad se mantiene constante.

Para entender más claramente lo que sucede en esta situación, contemplemos el siguiente ejemplo:

Situación 1	Situación 2
Variables: <P+>, <D+> Ejemplo de situación: - Sujeto A: civil - Sujeto B: policía	Variables: <P+>, <d-> Ejemplo de situación: - Sujeto A: hijo - Sujeto B: padre

Tabla 4.1 Ejemplo 1.

Recordemos que este punto de disparidad entre los sujetos mexicanos y los sujetos franceses se da únicamente en el caso de las quejas directas. Aquí encontramos una diferencia importante: mientras que para los sujetos mexicanos la queja directa en la situación 1 es significativamente más aceptable que la situación 2, esta diferencia no existe en los franceses.

Para facilitar la observación de este resultado, proporciono en la siguiente tabla los resultados de las medias obtenidas en las dos situaciones:

	Situación 1 <P+>, <D+>	Situación 2 <P+>, <d->
Mexicanos	m=2.725	m=2.0875
Franceses	m=2.7325	m=2.7

Tabla 4.2 Medias obtenidas en el ejemplo 1. TABLA 4

Como podemos observar en la tabla 4.2, la media obtenida a partir del análisis de la situación 1 en los mexicanos (<P+>, <D+>) es similar a la media en los resultados de las situaciones 1 y 2 en los franceses. El cambio se encuentra en los resultados de la situación 2 en el público mexicano. En esta situación intervienen, como dije anteriormente, dos personas conocidas pero con una diferencia jerárquica, la cual marqué haciendo uso de esquemas sociales como papeles

dentro de la familia, es decir, en la situación 1, un jefe dirigiéndose a su empleado, y en la situación 2 una sobrina dirigiéndose a su tía o una hija dirigiéndose a su madre.

Me parece importante notar que, contrario a lo que uno esperaría, al cambiar los personajes desconocidos <D+> por personajes conocidos <d-> está disminuyendo de manera general la aceptabilidad de las quejas, sin embargo, en el caso de los mexicanos, tal disminución es sumamente significativa ($p=0.0073$), esto es especialmente importante al considerar que los sujetos franceses vieron exactamente los mismos diálogos sin embargo no mostraron un cambio similar en la aceptabilidad.

Considerando los hallazgos anteriores y los conceptos teóricos ya expuestos sabemos que las quejas por sí solas contienen una carga de agresividad hacia la imagen positiva de los hablantes, en este caso, al tratarse de quejas directas no se está aumentando más el riesgo con la ironía, sin embargo, a partir de los resultados de la Tabla 4 vemos que este riesgo es mayor cuando se trata de conocidos donde el oyente tiene un nivel jerárquico mayor.

Surge de mi intuición la idea de que esta diferencia tan significativa se debe al gran valor moral que tiene la familia en la sociedad mexicana, además de que lo pudimos observar en el análisis cualitativo, al relacionarlo con mi vida puedo decir que en mi juventud se me enseñó a comportarme con respeto frente a cualquier figura de autoridad, pero siempre se acentuó más ese respeto cuando la figura de autoridad era uno de mis padres, o de manera más lejana, uno de mis tíos o abuelos.

Además de esto, es conocido que para los mexicanos, la figura de los padres, en especial la figura materna, es sumamente valiosa y resguardada, lo que claramente se refleja en los resultados. Resulta entonces que mientras que para los franceses sería igual de riesgoso quejarse ante una autoridad desconocida que ante una autoridad conocida, para los mexicanos sería mucho más fácil concebir una queja hacia una autoridad desconocida, esto sin olvidar que las quejas son generalmente más difíciles de realizar y recibir por mexicanos.

Ahora enfoquemos nuestra atención en el segundo hallazgo dentro de este análisis de variables:

- (2) Al reducir el poder relativo manteniendo una relación de distancia alta, la aceptabilidad de la queja irónica para los mexicanos disminuye significativamente mientras que para los franceses la aceptabilidad aumenta.

Para ilustrar estas situaciones presento la siguiente tabla:

Situación 1	Situación 2
Variables: <P+>, <D+>	Variables: <p->, <D+> ⁵⁴

⁵⁴ Para comprender que se trata de personajes desconocidos <D+>, se utilizan pistas situacionales como que el intercambio se da en un lugar público y pistas lingüísticas, como una selección léxica formal. Ver sección 2.4.1 Instrumento para obtener información más detallada.

Ejemplo de situación: - Sujeto A: civil - Sujeto B: policía	Ejemplo de situación: - Sujeto A: civil - Sujeto B: civil
-------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------

Tabla 4.3 Ejemplo 2

Este hallazgo, a diferencia del explicado previamente, se da únicamente en las quejas irónicas. La prueba estadística utilizada nos indica que, mientras que para los mexicanos la situación 1 es significativamente más aceptable que la situación 2, para los franceses sucede lo contrario, aunque en ellos la diferencia no es significativa. Podríamos reformular esto diciendo que, para los mexicanos es más aceptable la queja irónica en la situación 1 mientras que para los franceses es más aceptable en la situación 2.

Una vez más, muestro la media obtenida en los casos mencionados, con el fin de ilustrar este movimiento en la aceptabilidad:

	Situación 1 <P+>, <D+>	Situación 2 <p->, <D+>
Mexicanos	m=2.9375	m=2.375
Franceses	m=2.725	m=3.0125

Tabla 4.4 Medias obtenidas en el ejemplo 2.

Me parece que para realizar este análisis debo comenzar observando a los grupos sociales separadamente. Comenzaré con los mexicanos. Observamos que la aceptabilidad reportada en la situación 1 es bastante cercana a la media posible (3), es decir, cuando se presenta una queja irónica en una situación donde el oyente tiene un poder sobre el hablante y son desconocidos, la queja irónica es considerada ni mala, ni buena. Sin embargo, cuando estos mismos sujetos observan una situación donde la queja irónica se da entre desconocidos pero sin una diferencia de poder evidente, la aceptabilidad disminuye considerablemente.

Ahora observemos a los sujetos franceses. En ellos se aprecia una media ligeramente inferior a la media perfecta posible en la situación donde se presenta una queja irónica y tanto el poder como la distancia son altos. Al modificar las variables y disminuir el poder, aumenta la aceptabilidad. Considerando los resultados previos y la teoría, esto parece más intuitivo que el fenómeno observado en los mexicanos, sin embargo, en los franceses no es estadísticamente significativo.

Este pequeño análisis puede tener diferentes interpretaciones. Por un lado, podemos ver que los mexicanos son mucho más sensibles que los franceses ante el uso de la queja irónica cuando se trata de personas con un estatus social similar, pero desconocidas. Esto puede obedecer a que esta sociedad otorga un mayor valor a las relaciones interpersonales entre iguales que frente a una autoridad. Recordemos que la situación hipotética estereotípica en 1 es un civil dirigiéndose a un policía. También recordemos que, debido a los lineamientos del estudio, se trata de quejas interpersonales, es decir, continuando el ejemplo anterior, que el policía cometió una equivocación que afectó al civil y este se lo está haciendo notar de manera irónica.

Al considerar estos factores y recordar la teoría y los resultados anteriores podemos notar una incongruencia en la aceptabilidad reportada por los sujetos mexicanos, ya que, según explicamos anteriormente, la ironía consiste en un tipo de uso interpretativo, implícitamente ecoico y que expresa también de manera tácita una actitud de disociación del hablante hacia lo que dice o implica, lo que hace que una queja hecha de manera irónica sea potencialmente menos aceptable que una queja hecha de manera directa.

Ahora bien, en este resultado, a diferencia del resultado anterior presentado, la disparidad en la aceptabilidad no se encuentra entre un conocido y un desconocido, sino entre una figura de poder y una persona socialmente similar al hablante, a quién parece ser más difícil presentar la queja irónica; esta diferencia podría explicarse, apoyada con el previo análisis cualitativo y con lo observado al riesgo inherente de la queja irónica, que para los mexicanos el respeto a las figuras de autoridad, cuando se trata de personas desconocidas, parece ser menor.

También es importante recordar que tanto los resultados presentados en (1), como los resultados presentados en (2) muestran diferencias en el comportamiento de ambos grupos sociales, sin embargo, la diferencia estadísticamente significativa de estos movimientos solo se dan en el grupo de mexicanos, por lo que se necesitarían más estudios para confirmar estos comportamientos en el grupo de sujetos franceses.

Hemos abordado ya los cuatro grandes resultados encontrados a lo largo de los capítulos anteriores. Me atrevo a confirmar que los hallazgos cuantitativos de este estudio dan lugar a argumentos que apoyan firmemente la teoría ecoica (Sperber y Wilson, 1981) presentada inicialmente, pero desde un punto de vista social.

CONCLUSIONES

Comencemos por responder a las preguntas de investigación propuestas en la introducción:

1. ¿Hay una diferencia significativa en las percepciones del uso de la ironía en las quejas entre los sujetos mexicanos y los sujetos franceses?

Sí, los sujetos muestran más rechazo a las quejas irónicas. Esto se logró demostrar con la aplicación de una fuerte prueba estadística a los datos recolectados.

2. Si existe tal diferencia, ¿cómo se pueden explicar algunos malentendidos interculturales entre mexicanos y franceses derivados del uso de la ironía?

Se puede pensar que, al considerar a la ironía como un caso de uso ecoico disociativo, esta pueda tener la capacidad de alejar al hablante del oyente, lo que aumentará el riesgo de ataque a la imagen pública de los hablantes. Esto explicaría que sociedades que prestan mayor atención a la imagen positiva de los hablantes (como la sociedad mexicana) rechacen más su uso que otras sociedades (como la sociedad francesa).

3. ¿Qué variables afectan la aceptabilidad de la ironía en ambas culturas?

Para esta investigación se controlaron los reactivos utilizando las variables *distancia social y poder relativo*. Ambas mostraron tener peso en situaciones específicas (ver CAPITULO 4. Discusión), pero sería conveniente extender el estudio para saber si existen otras variables externas a los diálogos que pudieran haber afectado los resultados, como son los dibujos o la presentación del instrumento.

4. ¿Hay diferencias pragmáticas que permiten el uso de la ironía en una cultura y lo sancionan en la otra?

Para responder a esta pregunta será necesario extender el estudio a otras culturas y situaciones. Por cuestiones de control y tiempo, se decidió acotar la presente investigación al análisis de la ironía en quejas imperativas. Queda abierta la pregunta sobre su aceptabilidad en elogios u otras formulaciones irónicas. Además de esto, fue interesante observar los resultados generales, pues arrojaron que, ciertamente, los mexicanos rehúyen las quejas, lo que aporta a estudios previos de Cortesía Verbal en la sociedad mexicana.

En cuanto a los objetivos, puedo afirmar que tanto el objetivo principal como los objetivos secundarios se cumplieron en su totalidad. Recordemos en qué consistían:

1. Contrastar las percepciones de aceptabilidad reportadas por sujetos franceses y mexicanos en actos de habla de crítica a alguno de los hablantes o a un tercero expresada por medio de enunciados irónicos y literales.

2. Establecer a qué variables sociales se asocian las diferencias estadísticamente significativas en los datos observados entre los dos grupos de sujetos
3. Proponer explicaciones para malentendidos potenciales a partir de los resultados obtenidos y la teoría de la cortesía verbal y la teoría de la relevancia.

A partir de lo anterior, quisiera concluir este trabajo indicando que **los resultados de este estudio apoyan la teoría de la ironía como un uso interpretativo ecoico del lenguaje** (Sperber y Wilson, 1981), ya que en ellos encontramos que la queja irónica puede portar una carga más agresiva hacia la imagen pública de los hablantes que la queja directa. Esto se puede explicar indicando que el hablante dota a sus palabras con una fuerte actitud típica de un enunciado disociativo, lo que incrementa la potencial agresión del ya peligroso acto de queja. Esta **preferencia por la queja directa sobre la irónica se encuentra en ambos grupos sociales** (mexicanos y franceses).

Otra aportación importante es notar que **la población mexicana muestra un rechazo significativamente mayor a las quejas irónicas que la población francesa, sin embargo, esto sucede también con las quejas directas**. Esto invita a continuar y extender los resultados obtenidos con nuevos estudios sociopragmáticos enfocados en estas diferencias pero concentradas en estas dos culturas. Cabe mencionar que existe un gran número de estudios que utilizan como referencia la teoría de la cortesía verbal (Brown y Levinson, 1987), y que muchos de ellos son de carácter similar al presentado aquí, sin embargo pocos tocan de manera experimental un tema tan controversial como el estudiado aquí que es la ironía.

Como resultados más particulares encontramos que **los mexicanos observan una muy baja aceptabilidad de las quejas cuando el receptor de la queja ejerce un papel superior jerárquicamente y tiene una relación de familiaridad con el hablante**, es decir, es uno de sus padres o un familiar directo, vemos que este rechazo aumenta cuando se trata de quejas irónicas.

Dentro del análisis cualitativo pudimos observar que, **mientras que los mexicanos mostraban más empatía hacia el oyente al explicar por qué no se debería quejar uno frente a su error (normalmente argumentado que fue un accidente), los franceses mostraban más empatía hacia el hablante argumentando el derecho que tienen a ejercer su inconformidad ante algo que les afecta**. Estos resultados pueden ser de gran interés para estudios sociales posteriores, ya que están íntimamente ligados a la manera que cada cultura internaliza el valor humano y el espacio personal.

Pienso que otra de las aportaciones de este estudio reside en la parte metodológica. Considero de gran valor el hecho de que este trabajo tenga sus **bases en dos teorías distintas, una cognitiva y una social, lo que le dota de un gran valor explicativo** para sustentar los resultados encontrados. A pesar de que es difícil circunscribir el objeto de estudio, ha sido muy útil acotarlo lo más posible. Como se puede observar en la metodología, para poder llevar a cabo este estudio tuve que tomar varias decisiones importantes, como fue la decisión de restringirme no solamente a un solo acto de habla sino, posteriormente, a un par de formulaciones de este.

Considero que este estudio ofrece una fotografía cultural cuyos detalles podrían aclararse con más trabajos de carácter similar, que hasta el momento son escasos, al menos entre estas dos culturas. Creo que en estos tiempos, donde las sociedades son multiculturales y el acceso a la información y a las lenguas es tan amplio, estudios de este tipo pueden resultar valiosos en distintos ámbitos.

Por un lado, en el campo de la traducción, es indispensable conocer tales diferencias sociales ya que estos profesionistas fungirán, tarde o temprano, como mediadores interculturales. Es necesario insistir en la necesidad de que cualquier persona en contacto profesional con una lengua extranjera participe activa y constantemente en intercambios tanto lingüísticos como culturales con personas de la lengua extranjera trabajada.

Por otro lado, en el campo de la enseñanza y el aprendizaje de lenguas extranjeras, me parece que preparar a futuros docentes con estas herramientas, capaces de mostrar empatía social, no solo se probará útil, sino indispensable. Creo que un docente interesado en estas diferencias podrá transmitir tal interés a sus pupilos, interés que se convertirá, sin duda, en un exitoso acercamiento cultural por medio de la lengua estudiada. Me parece indispensable notar que un buen aprendizaje de lengua observará tanto las semejanzas como las diferencias entre la lengua materna y la lengua estudiada, esto tanto en los niveles más exteriores como en aquellos más subyacentes a la cultura.

Por último, creo que un estudio de carácter similar al presente ofrece a todos los profesionistas cuya labor se encuentra en torno a las lenguas, una fuente de información válida y valiosa, pues demuestra que, muchas de nuestras corazonadas pueden ser estudiadas y medidas. Creo que estudios similares pueden ofrecer grandes aportaciones vistas desde numerosos ámbitos, siempre y cuando se lleven a cabo con un gran rigor y se observe cuidadosamente cada detalle, dentro de lo posible.

Confieso que llevar a cabo un estudio experimental similar puede ser extremadamente complicado, pero también debo admitir que los resultados pueden ser extremadamente satisfactorios.

REFERENCIAS

- Alba-Juez, L. (1994). Irony and Politeness. *Revista Española de Lingüística Aplicada*, 10, 1994-1995, pags. 9-16.
- Alvarado, B. & Padilla-García, X. (2008). La ironía o cómo enmascarar un acto supuestamente amenazante. *Actas del III Coloquio del programa EDICE*.
- Aristóteles. *Ars Rhetorica*. Libro 7, parte 18. Traducción al inglés por W. Rhys Roberts (2004)
- Austin, J. L. (1962). *How to do things with words*. Oxford: Oxford University Press.
- Bravo, D. (1998). ¿Reírse juntos?: Un estudio de las imágenes sociales de hablantes españoles, mexicanos y suecos. En *La pragmática lingüística del español: Recientes desarrollos 22*, H. Haverkate, G. Mulder, y C. Fraile Maldonado (eds). Amsterdam: Rodopi, pags. 315-364.
- Brown, P. (2015). Politeness and language. En *The International Encyclopedia of the Social and Behavioural Sciences (IESBS)*, (2nd ed.). Elsevier, pags. 326-330.
- Brown, P. & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some universals in language usage*, 4. Cambridge university press.
- Clark, H. H., & Gerrig, R. J. (1984). On the pretense theory of irony. *Journal of Experimental Psychology: General*, 113(1), pags. 121-126.
- Curcó, C. (2000). Irony: Negation, echo and metarepresentation. *Lingua*, 110 (4), pags. 257-280.
- Curcó, C. (2004). Ironía, persuasión y pragmática: el caso de la caricatura política mexicana contemporánea. *Acta poética* [online] 25, n.2, pags. 333-375.
- Curcó, C. (2014). Un comentario en torno a la noción de imagen. En Flores-Treviño e Infante-Bonfiglio. *La (des) cortesía en el discurso*. Monterrey-Estocolmo: UANL-EDICE, pags. 19-52.
- Curcó, C. y De Fina, A. (2000). Modo imperativo, negación y diminutivos en la expresión de la cortesía en español: El contraste entre México y España. En *Actos de habla y cortesía en español*. M. E. Placencia y D. Bravo (eds). Munich: Lingcom Europa, pags. 107-140.
- Durkheim, É. (1906). Détermination du fait moral. *Bulletin de la Société française de philosophie*, 6(169-212), pags. 51-83.
- Fant, L. (1989). Cultural mismatch in conversation: Spanish and Scandinavian communicative behaviour in negotiation settings. *HERMES - Journal of Language and Communication in Business* (3), pags. 247-265.
- Félix-Brasdefer, C. (2006). Linguistic politeness in Mexico: Refusal strategies among male speakers of Mexican Spanish. *Journal of Pragmatics*, 38 (12), pags.2158-2187.

Gibbs, R. (1986a). On the psycholinguistics of sarcasm. *Journal of Experimental Psychology: General* 115, pags. 3-15.

Gibbs, R. (1986b). Comprehension and memory for nonliteral utterances: The problem of sarcastic indirect requests. *Acta psychologica* 62, pags. 41-57.

Giora, R. (1995). On Irony and Negation. *Discourse Processes*, 19 (2), pags. 239-264.

Giora, R. & Jaffe, I. & Becker, I. & Fein, O. (2018). Strongly attenuating highly positive concepts: The case of default sarcastic interpretations. *Review of Cognitive Linguistics*, 16, pags. 19-47.

Goffman, E. (1967). *Interaction ritual: Essays in face-to-face behavior*. Routledge (2017).

Grice, H. P. (1975). Logic and conversation. En Cole, P., & Morgan, J. L. (eds.) *Syntax and Semantics* 3, pags. 41-58.

Happé, F. (1993). Communicative competence and theory of mind in autism: A test of relevance theory. *Cognition* 48(2), pags. 101-119.

Jorgensen, J. & Miller, G. A. & Sperber, D. (1984). Test of the mention theory of irony. *Journal of Experimental Psychology: General*, 113, pags. 112-120.

Kerbrat-Orecchioni, C. (2006). Politeness in small shops in France. *Journal of Politeness Research. Language, Behaviour, Culture*, 2(1), pags. 79-103.

Kerbrat-Orecchioni, Catherine. (2011). From good manners to facework: Politeness variations and constants in France, from the classic age to today. *Journal of Historical Pragmatics* 12, pags. 133-155.

Martineau, D. (2006) El acto de invitar a comer en casa en el discurso de mexicanos y franceses. Manuscrito no publicado. CELE-UNAM: México

Placencia, M. E. & Garcia-Fernandez, C. (2017). *Research on Politeness in the Spanish-speaking World*. New York: Routledge.

Sperber, D. & Wilson, D. (1978). Les ironies comme mentions. *Poétique: Revue de Théorie et d'Analyse Littéraires*. Paris 36, pags. 399-412.

Sperber, D. & Wilson, D. (1981). Irony and the use-mention distinction. *Philosophy* 3, pags. 143-184.

Sperber, D. & Wilson, D. (1986). *Relevance: Communication and cognition*, 142. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Sperber, D. & Wilson, D. (2004). Relevance theory. En Horn, L. R., y Ward G. L. (eds.) *Handbook of Pragmatics*. Oxford: Blackwell, pags. 607-632.

Wilson, D. (2006). The pragmatics of verbal irony: Echo or pretence? *Lingua*, 116 (10), pags. 1722-1743.

Wilson, D. (2017). Irony, hyperbole, jokes and banter. En *Formal Models in the Study of Language* Blochowiak, J., Grisot C., Durrleman, S., Laenzlinger, C. (eds.). Springer, Cham, pags. 201-219.

Wilson, D. & Sperber, D. (1992). On verbal irony. *Lingua*, 87, pags. 53-76.

Wilson, D. & Sperber, D. (2012). *Meaning and relevance*. Cambridge University Press.

APÉNDICES

En esta sección encontrarán información detallada sobre el instrumento, así como las imágenes de las situaciones utilizadas en ambos grupos. Debido a restricciones de espacio, en este trabajo mostraré únicamente la versión en español, sin embargo, ofrezco al lector la posibilidad de contactarme para obtener la versión en francés. Los detalles sobre la creación y estructura de este instrumento se pueden encontrar en la sección 2.4.1 Instrumento.

Sección 1: Datos personales

Recordemos que esta sección se encuentra al inicio de la prueba y que se utilizó para seleccionar a los sujetos que cumplieran con el perfil buscado en el estudio.

Encuesta sobre la percepción de la queja en México.
UNAM - Université Sorbonne Nouvelle
Ciudad de México - París
MENDIETA, Erick
Enero, 2019

*Obligatorio

Datos personales.

Por favor responde las preguntas siguientes, toda la información será tratada anonimamente.

Nombre y apellidos (Opcionales):

Tu respuesta _____

Edad: *

Tu respuesta _____

Sexo: *

Hombre

Mujer

Profesión: *

Tu respuesta

Nacionalidad: *

Tu respuesta

Tiempo viviendo en México: *

Tu respuesta

¿Has vivido en otro país? Si sí, ¿dónde y durante cuánto tiempo?

*

Tu respuesta

SIGUIENTE

Página 1 de 3

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Sección 2: Instrucciones

Esta fue la segunda sección de los cuestionarios. Cabe mencionar que los sujetos tuvieron acceso al investigador para resolver sus dudas.

Instrucciones.

Por favor lee cuidadosamente las siguientes instrucciones.

A continuación verás pares de imágenes que representan situaciones de la vida cotidiana.

Nota: Los personajes están marcados con las letras A y B para identificarlos más fácilmente.



The image contains two comic panels. The first panel shows a man with a blue 'B' on his shirt standing at a stove. A fire is burning in the pan, and he has a speech bubble saying "¡Nooo!". The second panel shows a woman with a red 'A' on her shirt at the stove. A man with a blue 'B' on his shirt stands behind her. She has a speech bubble saying "Ay, Erick... Tienes que prestar más atención."

Debes decidir si lo que el personaje A dice en la segunda imagen es ACEPTABLE o no.

Todas las situaciones presentan diferentes tipos de quejas.



Para hacerlo, marca la opción que te parezca más apropiada en la escala bajo cada par de imágenes:

(Considera la manera en la que el personaje lo dice, a quién, la razón por la que lo dice...)

	1	2	3	4	5	
Nada aceptable	<input type="radio"/>	Totalmente aceptable				

Este es solo un ejemplo.

Después puedes escribir algún comentario. Esto es totalmente OPCIONAL.

Comentarios adicionales (opcional):

Yo no le hablaría así a mi mamá!!!

Este es solo un ejemplo.

E.g. 1



1 2 3 4 5

Nada aceptable Totalmente aceptable

Este es solo un ejemplo.

Ex. 2



1 2 3 4 5

Nada aceptable Totalmente aceptable

Este es solo un ejemplo.

Responde con lo primero que te llegue a la mente. No es un examen, ¡todas las respuestas son correctas!

¡No olvides que sólo tienes que evaluar la segunda imagen de cada par! (lo dicho por el personaje A).

ATRÁS

SIGUIENTE

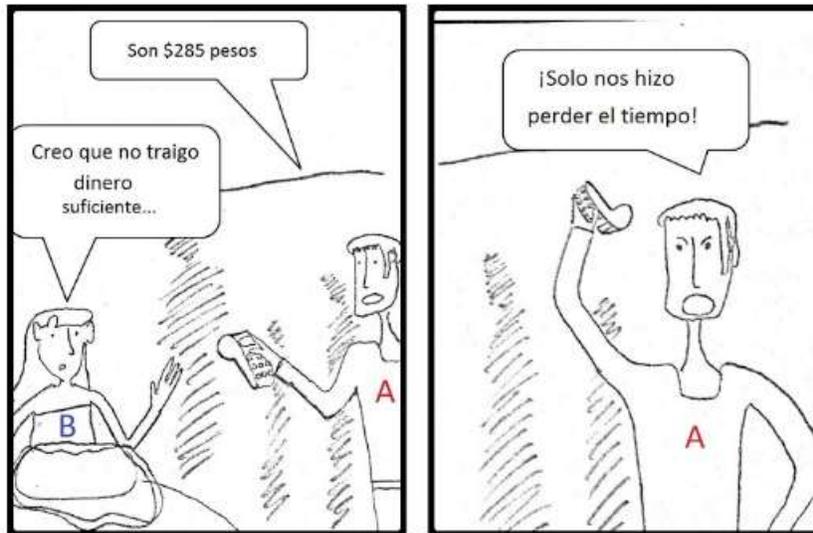
Página 2 de 3

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Ejemplo de reactivo

A continuación muestro un ejemplo de reactivo, cabe mencionar que tanto los reactivos críticos como los distractores tuvieron esta estructura.

1.



(1.) *

1 2 3 4 5

Nada aceptable Totalmente aceptable

Comentarios adicionales (opcional):

Tu respuesta

Questionario: Situaciones con diálogos

En la siguiente sección presento las situaciones utilizadas en el instrumento. Sólo presento la versión en español de los diálogos.

Reactivos críticos

A continuación presento los reactivos críticos utilizados. Recordemos que hubo cuatro grupos de sujetos (Grupo A, Grupo B, Grupo C, y Grupo D), y que a cada grupo de sujetos correspondió un grupo de reactivos críticos. Las variables asignadas por número de reactivo a cada grupo fueron las siguientes:

1. <P+>,<D+>
2. <P+>,<d->
3. <p->,<D+>
4. <p->,<Dd->

Grupo A

1.	Versión directa
1.	Versión irónica



2. Versión directa



2. Versión irónica



3. Versión directa



3. Versión irónica



4. Versión directa



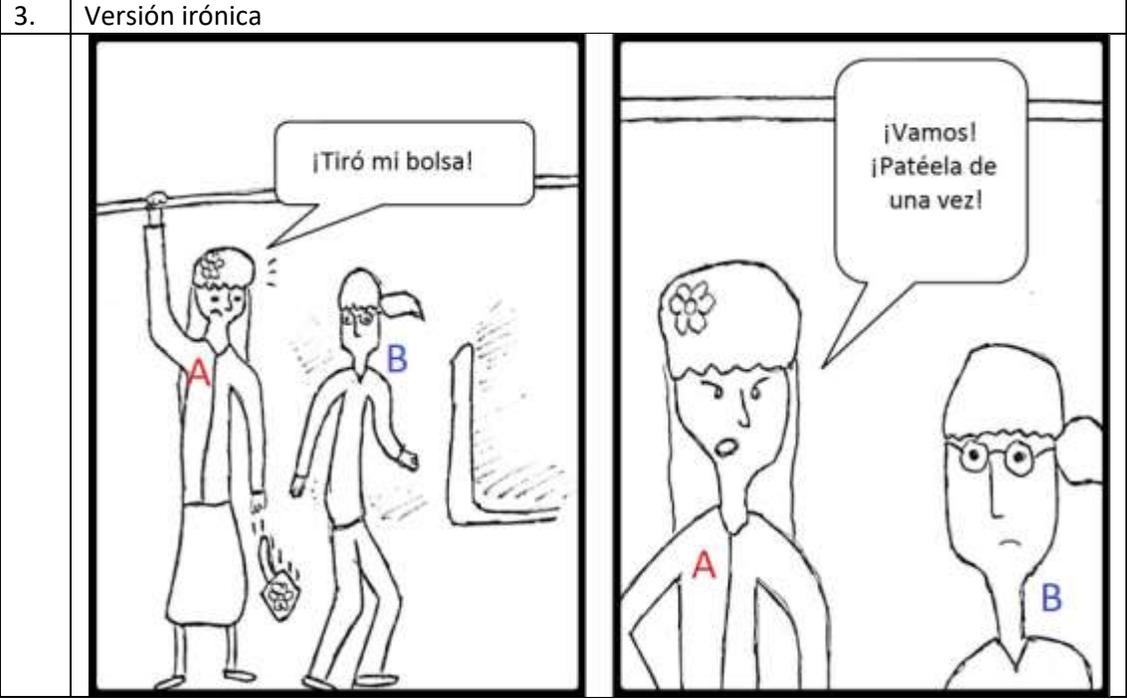
4. Versión irónica



Grupo B

1.	Versión directa 
1.	Versión irónica 

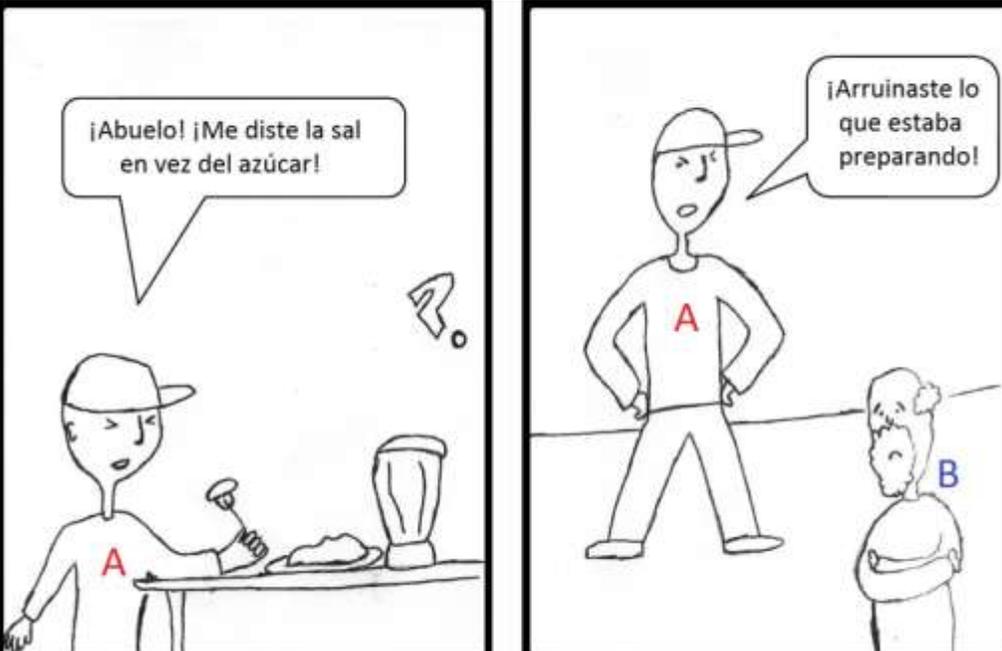
2.	<p>Versión directa</p>  <p>¡Qué calificaciones tan malas!</p> <p>¡Pero si tú nunca me has dado un buen ejemplo, papá!</p>
2.	<p>Versión irónica</p>  <p>¡Qué calificaciones tan malas!</p> <p>¡Gracias papá, sigue siendo tan buen ejemplo!</p>



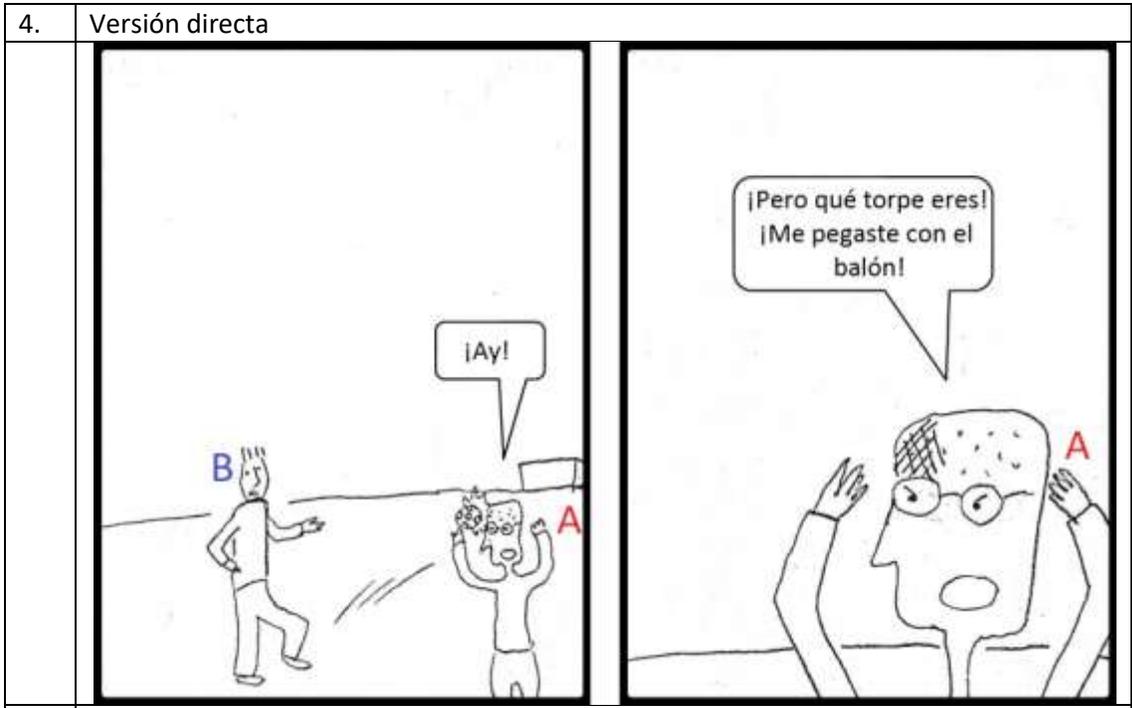


Grupo C

1.	Versión directa  <p>Los siento, María, olvidé ponerte algunos puntos.</p> <p>¡Esto va a afectar mi promedio! ¡Qué terrible profesor es usted!</p>
1.	Versión irónica  <p>(Profesor:) Lo siento, María, olvidé anotarte algunos puntos.</p> <p>¡Gracias, mejor repruébeme de una vez!</p>

2.	Versión directa  <p>¡Abuelo! ¡Me diste la sal en vez del azúcar!</p> <p>¡Arruinaste lo que estaba preparando!</p>
2.	Versión irónica  <p>¡Abuelo! ¡Me diste la sal en vez del azúcar!</p> <p>¡No te preocupes! ¡Arruina todo lo que preparé!</p>

3.	<p>Versión directa</p>  <p>Disculpe, ¿me podría dar la hora?</p> <p>¡Tenga cuidado, arruinó mi ropa!</p>
3.	<p>Versión irónica</p>  <p>Disculpe, ¿me podría dar la hora?</p> <p>¡Qué bien! ¡Arruíneme la ropa!</p>



Grupo D

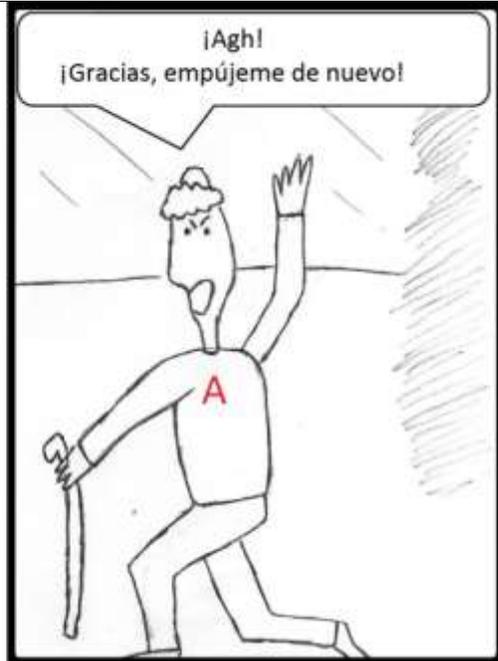
No.	Versión directa
1.	 <p>Serían \$1225.50 pesos...</p> <p>(Cliente) ¡No puede ser, olvidé mi cartera!</p> <p>¡Increíble! ¡Hace las compras sin traer dinero! ¡No tengo su tiempo libre!</p> <p>The comic strip is divided into two panels. In the first panel, a customer (B) is at a checkout counter with a cashier (A). The cashier has a speech bubble saying 'Serían \$1225.50 pesos...'. The customer has a speech bubble saying '(Cliente) ¡No puede ser, olvidé mi cartera!'. The customer's basket contains a TV and some items. In the second panel, the cashier (A) is shown from the chest up, looking frustrated with a speech bubble saying '¡Increíble! ¡Hace las compras sin traer dinero! ¡No tengo su tiempo libre!'.</p>
1.	Versión irónica
	 <p>Serían \$1225.50 pesos...</p> <p>(Cliente:) ¡No puede ser, olvidé mi dinero!</p> <p>¡No hay problema, vaya por él y con gusto lo esperaré!</p> <p>The comic strip is divided into two panels. In the first panel, the customer (B) has a speech bubble saying '(Cliente:) ¡No puede ser, olvidé mi dinero!'. The cashier (A) has the same speech bubble as in the first comic: 'Serían \$1225.50 pesos...'. In the second panel, the cashier (A) has a speech bubble saying '¡No hay problema, vaya por él y con gusto lo esperaré!'.</p>

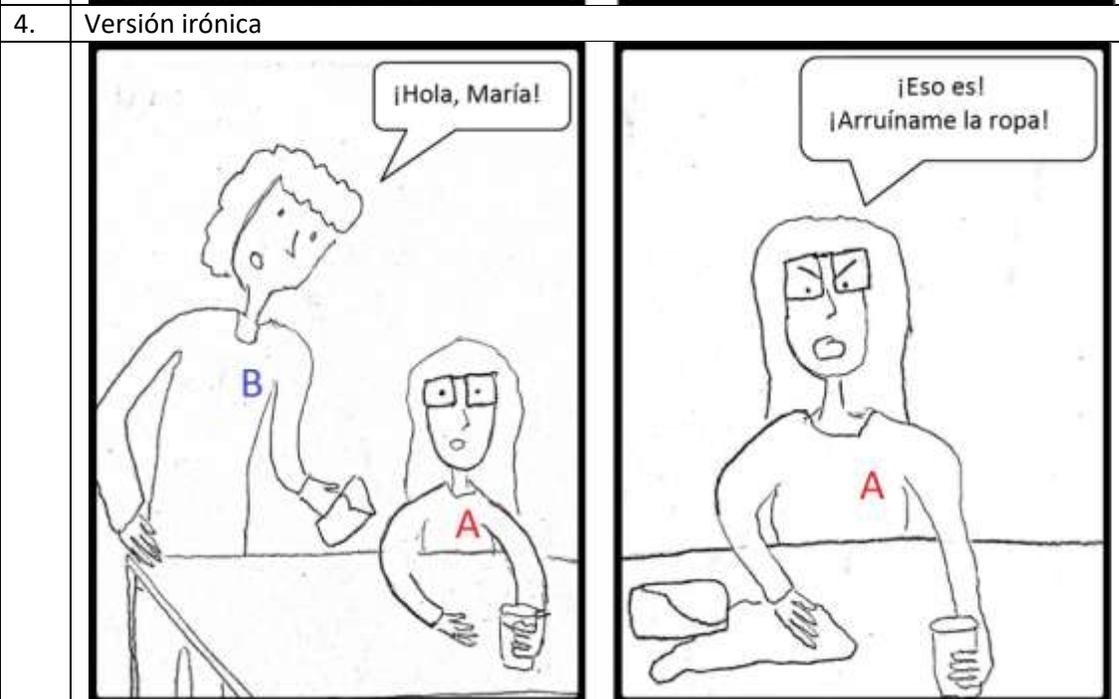
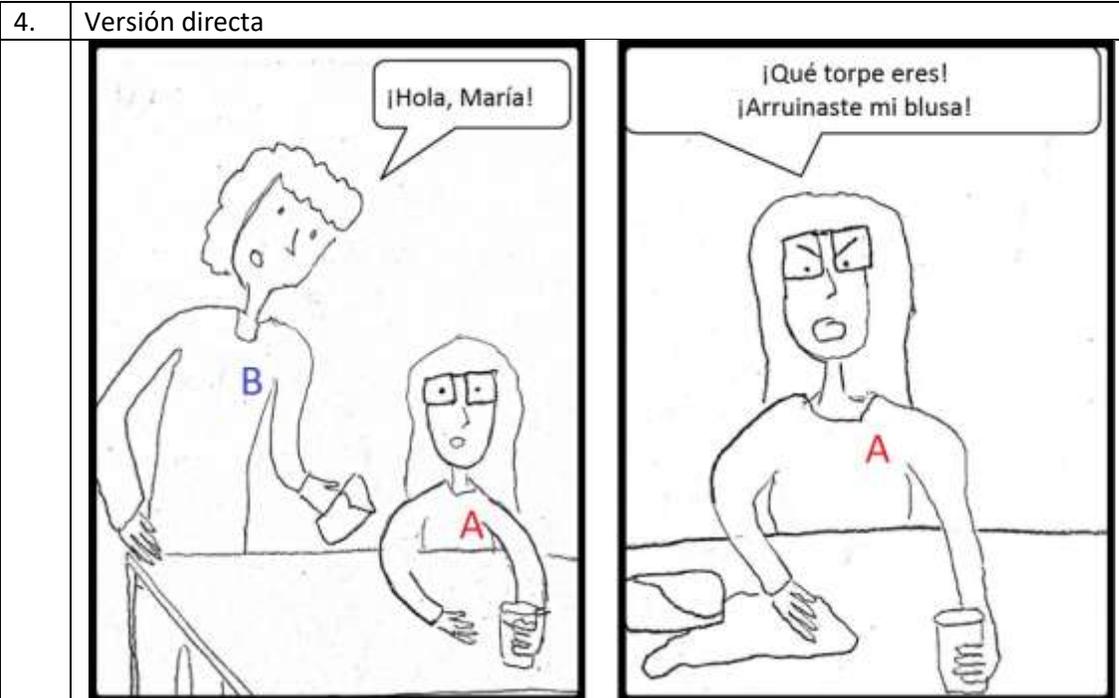


3. Versión directa



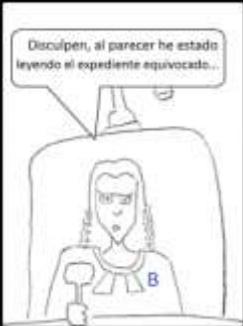
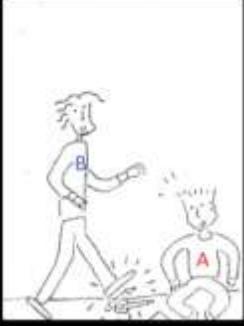
3. Versión irónica

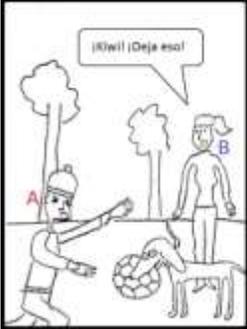
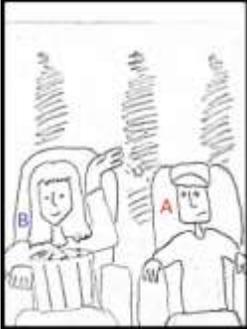
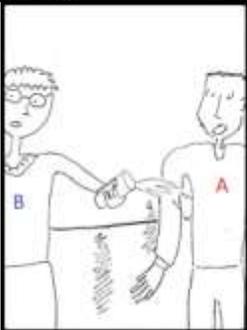
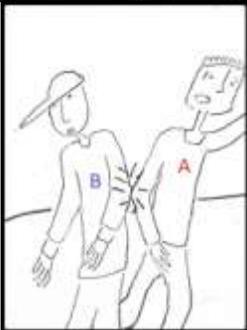
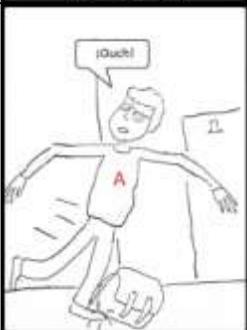




Distractores

En esta sección presento los distractores. Recordemos que todos los sujetos, sin importar el grupo al que pertenecían, calificaron los mismos distractores, y que estos estaban mezclados con los reactivos críticos.

No	Distractor	No	Distractor
1.	 	2.	 
3.	 	4.	 
5.	 	6.	 
7.	 	8.	 

9.	 <p>(¡Kil!) ¡Deja eso!</p>	 <p>¡Ponchó mi balón!</p>	10.		 <p>¡Recoga lo que me aventó!</p>
11.		 <p>¿Qué no puede tener cuidado?</p>	12.		 <p>¡Ay! ¡Me dolió!</p>
13.	 <p>¡Las olvidé en el parque!</p>	 <p>¡Eres muy descuidado!</p>	14.	 <p>¡Ouch!</p>	 <p>¡Pedro! ¡Es tu mochila! ¡Ayúdame a levantarme!</p>
15.	 <p>¡Oh, no! ¡Olvidé el regalo de María!</p>	 <p>¡Ay! ¿Dónde tienes la cabeza?</p>	16.	 <p>¿Puedes darme los boletos del cine?</p>	 <p>¡No puede ser! ¡Hoy has perdido todo!</p>