

¡QUÉ BONITO! Y SUS RELACIONES CON LA IRONÍA

M. BELÉN ALVARADO ORTEGA¹
UNIVERSIDAD DE ALICANTE

Resumen: *En este trabajo tratamos de ver las relaciones que existen entre la fórmula rutinaria ¡Qué bonito! y la ironía, ya que consideramos que la fórmula posee un significado irónico intrínseco y que se ve reflejado en los contextos irónicos que analizamos. El trabajo se realiza a partir de los estudios que está llevando a cabo el grupo GRIALE sobre la ironía verbal y del estudio de unidades fraseológicas en corpus orales como el CREA o el ALCORE.*

Palabras clave: ironía verbal, fórmulas rutinarias, principios conversacionales, corpus.

Abstract: *This article presents an analysis of one of the most controversial pragmatic phenomenon, verbal irony. It focuses on the study of one of the spanish conversational routines(¡Qué bonito!) and its relation with verbal irony . My purpose is to present an analysis of real examples in order to conclude that ¡Qué bonito! has an intrinsic ironic meaning.*

Keywords: verbal irony, conversational routines, conversational principle, corpus.

1. Introducción

En los últimos años, ha aumentado el interés por los estudios fraseológicos, de ahí que hayan aparecido numerosos estudios basados en esta disciplina. Además, es en la variedad oral en la que se puede apreciar que las unidades fraseológicas están presentes en nuestra lengua. Por ese motivo hemos decidido dedicar este trabajo a estudiar en la lengua oral una pequeña parte de la fraseología, la fórmula rutinaria *¡Qué bonito!* y la relación que mantiene con un fenómeno pragmático complejo: la ironía.

Nuestro objetivo fundamental es estudiar los diferentes enunciados irónicos en los que aparece esta fórmula y explicar tanto sus valores como sus efectos y en los diferentes contextos en los que se produce, así como las relaciones que mantiene con la ironía verbal. Para la extracción de enunciados utilizaremos como base el *COVJA* (Corpus de la variedad juvenil universitaria del español hablado en Alicante), datos que comprobaremos con los usos que aparezcan en el *ALCORE* (Alicante, Corpus del Español) y en el *CREA* (Corpus del Referencia del Español Actual).

Una vez extraídas las ocurrencias y para llevar a cabo nuestro principal objetivo, aplicaremos a la fórmula las teorías pragmáticas necesarias para la obtención de valores irónicos y la explicación de los mismos. Entre estas teorías se encuentran: S. LEVINSON (2000), H. HAVERKATE (1994, 2003) y S. RODRÍGUEZ ROSIQUE (2005). De esta manera, observaremos que la fórmula *¡Qué bonito!* es una unidad fraseológica irónica.

2. Las fórmulas rutinarias

¹ La presente investigación ha sido posible gracias al Proyecto HUM2004-01318/FILO "Análisis pragmático de la ironía verbal. Tipología y aplicaciones a la enseñanza del español como lengua extranjera", financiado por el Ministerio de Educación y Ciencia y cofinanciado con fondos FEDER.

Las fórmulas rutinarias forman parte de un amplio campo denominado fraseología. En ella se encuentran desde los refranes, las locuciones, las citas hasta las fórmulas rutinarias. Desde J. CASARES ([1950] 1969) hasta la actualidad han sido diferentes nombres los que se han dado a nuestro objeto de estudio. Casares las denominaba frases proverbiales, A. ZULUAGA (1980) hablaba de enunciados fraseológicos, en los que se encontraban los clichés y las fórmulas de fijación pragmática, en las que más tarde se basará G. CORPAS para establecer su clasificación. Precisamente, es esta autora (G. CORPAS 1996) la que establece una clasificación ordenada y justificada de las diferentes unidades fraseológicas que tenemos en nuestra lengua. De ahí parte nuestra la elección del término y la definición de nuestro objeto de estudio, las fórmulas rutinarias.

A mi modo de ver, y siguiendo a G. CORPAS (1996) las fórmulas rutinarias están compuestas por dos o más palabras que se encuentran, en cierto modo, ritualizadas, es decir, se utilizan en situaciones concretas de la vida cotidiana para expresar emociones y sentimientos del hablante o simplemente sirven para organizar y hacer transcurrir la conversación.

G. CORPAS distingue diferentes tipos de fórmulas según la función que realicen en el discurso. Así, tenemos fórmulas de apertura y cierre, fórmulas de transición, fórmulas expresivas, fórmulas comisivas, fórmulas directivas, fórmulas rituales, fórmulas asertivas y fórmulas misceláneas.

En este trabajo, nos centramos en un tipo concreto de fórmulas rutinarias: las fórmulas expresivas, puesto que el hablante las emplea para emitir su estado de ánimo o su opinión ante situaciones concretas de la vida cotidiana. Según G. CORPAS (1996) hay diversos subtipos de fórmulas expresivas, que dependen de la acción que el hablante esté desempeñando con el uso de éstas. Estudiamos *¡Qué bonito!*, que para la autora estaría situada bajo el epígrafe de *fórmulas de recusación*, dentro de las fórmulas expresivas, ya que afirma que sirven para negar o rechazar con diferentes matices, y muestran desacuerdo con el oyente. Con el análisis veremos los valores que tiene *¡Qué bonito!* en el corpus oral y observaremos el uso que posee en los diferentes contextos. A continuación explicaré brevemente qué entendemos por ironía, ya que esta fórmula tiene implícito un significado irónico.

3. La ironía

Hasta hace poco, la ironía se ha definido a partir de los parámetros de la retórica tradicional en los que se afirmaba que era decir lo contrario de lo que realmente se quiere decir. Esta definición ha sido criticada por autores como H. HAVERKATE (1985), que considera que el concepto de *contradicción* no es suficiente para unificar todos los fenómenos irónicos. Además, la existencia de una contradicción no caracteriza a los enunciados como irónicos, ya que puede haber enunciados irónicos con sentido figurado que no llevan una contradicción implícita. En muchas ocasiones, lo que indica la ironía no es un significado opuesto, sino diferente. Por ello, consideramos la ironía como fenómeno pragmático y proponemos una teoría para el análisis que parte de las teorías neogricianas, puesto que el hablante tiene una intención clara de comunicar algo cuando utiliza un enunciado irónico.

Consideramos que la ironía tiene un significado inferido y conversacional, pues lo comunicado en un enunciado irónico se consigue gracias a la inversión de las máximas conversacionales que retoma y modifica S. LEVINSON (2000) de H. P. GRICE (1975). Este autor reduce las cuatro máximas de H. P. GRICE (cantidad, cualidad, pertinencia y manera) a tres principios (informatividad, manera y cantidad) y supone la máxima de cualidad (sinceridad) como requisito previo a la comunicación que asume tanto hablante como oyente.

Según S. RODRÍGUEZ ROSIQUE (2005) en los enunciados irónicos, esa pre-condición de cualidad a la que hemos aludido anteriormente se ve transgredida, lo que conlleva una inversión de los principios conversacionales, que entendemos como el *Principio de Inversión*. El hablante viola el requisito de sinceridad e impone al oyente a través del contexto la siguiente instrucción: *Interprete el enunciado a partir de la inversión de los principios conversacionales*. El contexto es el encargado de advertir al oyente que el hablante ha violado la máxima de cualidad y que,

por ello, los principios conversacionales funcionan a la inversa. Esta teoría pragmática, que parte de las teorías neo-griceanas, nos permite explicar un mayor número de ejemplos irónicos con significado inferido, como veremos posteriormente.

Además, debemos tener en cuenta en nuestro análisis que todo enunciado irónico supone una recuperación o eco de enunciados o pensamientos anteriores de los que el hablante se distancia para señalar actitud de rechazo o decepción, generalmente. El contexto de recuperación puede ser de tres tipos (X. PADILLA, 2005):

-Contexto lingüístico: contexto, información verbal identificable en el discurso previo.

-Contexto situacional: escenario que rodea a los hablantes.

-Contexto sociocultural: creencias que pertenecen a un grupo de personas más o menos amplio, es decir, conocimiento compartido.

Debemos mencionar también que la ironía se capta por el oyente a partir de indicadores que su hablante da con su enunciado. De esta manera, se garantiza el efecto perlocutivo de lo que se dice y ayuda a su oyente a interpretar de forma adecuada el enunciado. En el grupo GRIALE hemos establecido 4 tipos de indicadores:

1. Indicadores lingüísticos (derivación, fraseología, etc.)
2. Indicadores kinésicos (gestos, guiños, etc.)
3. Indicadores paralingüísticos (risas, silencio, etc.)
4. Indicadores acústico-melódicos (tono, silabeo, etc.)

Todos estos indicadores ayudan al oyente a interpretar la ironía. Veremos qué tipo de indicadores se usan en nuestros enunciados irónicos y qué tipo de eco contextual se recupera en los mismos, pero a continuación nos centraremos en las características de la fórmula rutinaria *¡Qué bonito!*

4. *¡Qué bonito!*

¡Qué bonito! es una fórmula psico-social expresiva, puesto que el hablante la utiliza de forma general para mostrar de forma irónica su pensamiento o emociones ante un hecho o una circunstancia que le desagrada. Para G. CORPAS esta fórmula sería una *fórmula de recusación*, dentro de las fórmulas psico-sociales expresivas, cuya fuerza ilocucionaria es negar y rechazar. Posteriormente, veremos que no posee realmente esa fuerza ilocucionaria, pero ahora nos centraremos en los rasgos generales que la definen.

La fórmula está compuesta por el pronombre exclamativo *qué* y el adjetivo *bonito*, y se caracteriza por el rasgo de fijación. Comprobaremos este rasgo en sus dos niveles: formal y pragmático.

Primeramente, observamos que aparece el rasgo de fijación formal propio de las unidades fraseológicas, puesto que no admite variaciones en su formación y éstas se dan, únicamente, cuando no tiene carácter de fórmula como en *¡Qué bonita!* Por tanto, en la fórmula psico-social expresiva, hay una fijación de los componentes que la forman y no se permite ni la sustitución ni la modificación de ellos. Además, la posición en la que aparece, normalmente, es inicial de intervención, como veremos, ya que el hablante la emplea como réplica a lo que su interlocutor ha dicho.

La fijación pragmática característica de las fórmulas rutinarias está también presente en *¡Qué bonito!*, ya que su significado se encuentra fijado en el uso. Por tanto, la fórmula se expresa en situaciones concretas en las que el hablante siente decepción o intenta expresar su desagrado. Así, vemos que posee idiomatidad, ya que tiene un significado figurado que viene dado, generalmente, por el contexto en el que se produce y no por la suma de significados de sus componentes.

Esta fórmula rutinaria va a permitir su sustitución por otra fórmula que posee el mismo valor, y que, además, tiene similar patrón formal, nos referimos a *¡Qué bien!* (*qué* + *adverbio*), y expresa el desagrado o la decepción del hablante ante una situación.

En nuestros corpus aparece *¡Qué bonito!* en 60 ocasiones, pero sólo en 8 de esas 60 posee las características de las fórmulas rutinarias, esto es, los dos tipos de fijación y, en ocasiones, la

idiomaticidad. En consecuencia, 52 ocurrencias tienen un significado literal, es decir, no idiomático y, por tanto, no cumplen una de las características de las fórmulas psico-sociales; además, tampoco se da ningún tipo de fijación. En el resto de ocurrencias, la fórmula presenta un mismo patrón formal y un único valor que no se corresponde con el significado literal de la suma de los miembros que la componen. ¡Qué bonito! tiene un significado idiomático, puesto que muestra indignación, decepción o desagrado ante una circunstancia concreta. Además, el hablante enuncia la fórmula en un determinado contexto con tono irónico para que adquiera este valor de desagrado, contrario a su significado literal. Veamos, a continuación, el ejemplo 1:

(1) 939 <H3>: *Pues lo veo perfecto. Además las drogas son muy buenas para combatir el dolor... la ansiedad... el sufrimiento... la desidia.*

940 <E1>: *¡Qué bonito! Además lo que dijeron también el otro día en las noticias ... lo que dijeron también el otro día en las noticias... que el chocolate lleva una sustancia, que la lleva también la maría... la marihuana... una sustancia... que por eso, la gente cuando está deprimida come chocolate y se sienten mejor.*

(ALCORE, COVJA, Grupo 10)

En este contexto, el hablante (E1) emplea la fórmula tras la intervención de su interlocutor para mostrar desagrado o indignación ante lo que ha dicho. El interlocutor parece estar a favor de las drogas como sustancia medicinal; sin embargo, el hablante no comparte esta opinión y lo demuestra con el uso de la fórmula ¡Qué bonito! Además, E1 sabe que lo que está diciendo su interlocutor es verdad, a pesar de no estar de acuerdo. Se produce ironía, ya que hay un eco del contexto sociocultural. De esta manera, la fórmula adquiere un significado totalmente contrario al que se presenta en su origen. En nuestro ejemplo, E1 transgrede los principios conversacionales, puesto que no dice la verdad, y H3 debe interpretar ¡Qué bonito! no como la suma del significado de sus componentes, sino como un significado no composicional e idiomático de acuerdo con el Principio de Inversión. Se invierte un término positivo explícito (bonito) por otro negativo implícito (desgracia, mal), ya que el hablante muestra desacuerdo ante la utilización de las drogas para fines curativos. Además, el uso de indicadores lingüísticos como las exclamaciones o el uso de la fraseología, y el uso de indicadores acústico-melódicos como el tono irónico, hacen que el oyente sea capaz de entender la ironía.

Veamos el ejemplo 2, en el que dos amigos se encuentran hablando sobre el mundo laboral y las injusticias del mismo:

(2) 405 <H1>: *Depende mucho la valoración que la gente quiera dar, o sea, está claro que el enchufe sigue existiendo y ¡que lo tienen más fácil los que tienen pelas, pa<(r)><(a)> que nos vamos a engañar!, es verdad.*

406 <H3>: *¡Qué bonito!*

407 <H1>: *<simultáneo> ¡Qué bonito no! Es que es así.*

(ALCORE, COVJA, grupo 1)

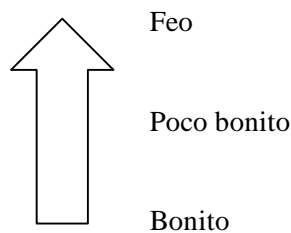
En este ejemplo, H1 explica a su oyente que el trabajo hoy en día se consigue a través del conocido método del “enchufe”, es decir, por amistad o por la posición social que se tenga sin tener en cuenta mérito alguno. H3 en su intervención utiliza la fórmula rutinaria ¡Qué bonito! para mostrar la decepción que le causa ese hecho, a pesar de que sabe que es verdad. El valor que tiene la fórmula es irónico, igual que en el ejemplo anterior, ya que se produce un eco del contexto sociocultural, ambos hablantes comparten el conocimiento de la sociedad en la que viven. Tanto H1 como H3 saben que el mundo laboral funciona de esa manera. Como consecuencia, H1 debe producir una inversión de los principios conversacionales para entender a H3, ya que ¡Qué bonito! no tiene como significado la suma de sus componentes, sino que se implica un término negativo (desgracia, decepción). Sin embargo, H1 rompe el juego irónico repitiendo la fórmula que utiliza su interlocutor para reafirmar su idea y concluir con el enunciado *es que es así*. En este ejemplo, los indicadores que aparecen son lingüísticos (uso de exclamación y fraseología) y acústico-melódicos (tono irónico) al igual que en el ejemplo 1.

Veamos un último ejemplo (3), en el que la fórmula se enuncia a partir de unas imágenes que se emiten en el programa “Esta noche cruzamos el Mississippi” sobre La Veneno en las que ésta aparece desfilando con un vestido escandaloso y lejos de ser bonito.

(3) H1: Fue en nuestro último programa de la temporada pasada, ¿se acuerdan? Ésta fue éste fue, ahí lo tienen. Ahí la tienen, miren qué modelo especialmente diseñado para La Veneno. Véanlo, pero miren ustedes, ¡qué bonito! ¡Qué barbaridad!

(CREA, *Esta noche cruzamos el Mississippi*, 23/10/96)

En el ejemplo, el hablante que es el presentador (Pepe Navarro) emite la fórmula rutinaria ¡Qué bonito! de forma irónica para dar a entender a sus oyentes (público en general) que el vestido que está viendo es horrible. En este ejemplo, al igual que en los casos anteriores, se produce una inversión de los principios conversacionales, con la diferencia de que en este ejemplo hay además una inversión de las implicaturas escalares. El funcionamiento normal de la escala se ha invertido en el enunciado irónico tal y como se aprecia en el esquema de abajo, ya que el término explícito positivo (bonito) se debe entender como término implícito negativo (poco bonito o feo) dentro de la escala que ven en la pantalla:



En este enunciado, la fórmula se emite de forma irónica como un eco del contexto situacional, ya que tanto hablante como oyentes comparten el conocimiento del escenario que les rodea y pueden ver que realmente el vestido no es bonito. Además, el hablante H1 utiliza indicadores para dar a entender a sus oyentes que la fórmula es irónica, ya que se utiliza un enunciado exclamativo y perteneciente a la fraseología (indicadores lingüísticos) y además, se pronuncia con tono irónico (indicadores acústico-melódicos). Debemos añadir también que en este enunciado, a diferencia de los anteriores, el hablante muestra burla sobre el vestido que lleva La Veneno en el vídeo, por lo que estamos ante una ironía de efecto negativo hacia una persona ausente en la conversación (B. ALVARADO 2005), lo que provoca lazos de afiliación con sus interlocutores. Se daña la imagen pública de una persona ausente (La Veneno) y como consecuencia hay descortesía con respecto a ésta, pero a la vez afianza los lazos de unión con sus interlocutores.

5. Conclusiones

En los ejemplos estudiados hemos observado que la fórmula expresiva se utiliza de forma irónica para dar a entender algo diferente de lo que se dice. De esta manera, observamos que el valor que tiene la fórmula ¡Qué bonito! en los corpus orales difiere del valor de recusación que se le había dado hasta el momento, ya que puede presentar decepción, resignación o incluso burla, como hemos visto en el ejemplo 3. Por tanto, esta fórmula rutinaria tiene implícito un significado irónico que el oyente debe interpretar teniendo en cuenta los indicadores que el hablante muestre, como pueden ser gestos, posturas, sufijos, tono, etc. y teniendo en cuenta también la recuperación del eco contextual que se produzca.

Bibliografía

- ALVARADO ORTEGA, MARÍA BELÉN, «La ironía y la cortesía: una aproximación desde sus efectos», *ELUA*, 19, Alicante, 2005, pp. 33-47.
- AZORÍN, DOLORES y JIMÉNEZ, JUAN LUIS, *Corpus oral de la variedad juvenil universitaria del español hablado en Alicante*, Alicante, Instituto de Cultura Juan Gil-Albert, 1999.
- AZORÍN, DOLORES (coord.), *ALCORE. Alicante Corpus del español*, Edición en CD-ROM, ISBN: 84-7908-684-X.

- CASARES, JULIO, *Introducción a la lexicografía moderna*, Madrid, Revista de Filología Española, Anejo LII, 1969 (1950).
- CORPAS PASTOR, GLORIA, *Manual de fraseología española*, Madrid, Gredos, 1996.
- COULMAS, FLORIAN (ed.), *Conversational Routine. Explorations in Standardized Communication Situations and Prepatterned Speech*, Vol. II, La Haya, Mouton, 1981.
- GRICE, H. PAUL, «Lógica y conversación», en VALDÉS, L. (ed.), *La búsqueda del significado*. Murcia, Tecnos, pp. 511-530, 1991 (1975).
- HAVERKATE, HENK, «La ironía verbal: análisis pragmalingüístico», *Revista Española de Lingüística*, 15, 2, 1985, pp. 343-391.
- LEVINSON, STEPHEN C., *Presumptive meanings*, Cambridge, MIT Press, 2000.
- PADILLA, XOSE, «Cuestiones de fonostilística: la entonación y el tono irónico», *VII Jornadas de Estudios de Lingüística*, Universidad de Alicante, Alicante, 2005.
- REYES, GRACIELA, *Polifonía textual : la citación en el relato literario*, Madrid, Gredos, 1984.
- , *Metapragmática: Lenguaje sobre lenguaje, ficciones y figuras*, Valladolid, Secretariado de publicaciones, 2002.
- RODRÍGUEZ ROSIQUE, SUSANA, «Mentiras, inversiones y principio de cooperación: análisis de la ironía como implicatura conversacional», en prensa.
- RUIZ GURILLO, LEONOR (en prensa), «La ironía verbal», *Hechos pragmáticos del español*. Alicante, Universidad, Servicio de Publicaciones.
- RUIZ GURILLO, LEONOR Y GRUPO GRIALE, «El proyecto GRIALE para la ironía en español: conceptos previos», *ELUA*, 18, 2004, pp. 231-242.
- , «La ironía verbal y su enfoque pragmático. Fundamentos teóricos», *VII Jornadas de Estudios de Lingüística*, Universidad de Alicante, Alicante, 2005.
- SCHOENTJES, PIERRE, *La poética de la ironía*, Madrid, Cátedra, 2003.
- TORRES SÁNCHEZ, MARÍA. ÁNGELES, *Aproximación pragmática a la ironía verbal*, Cádiz, Servicio de publicaciones de la Universidad de Cádiz, 1999.
- ZULUAGA, ALBERTO, *Introducción al estudio de las expresiones fijas*, Tübingen, Max Hueber, Verlag, 1980.
- , «Spanisch: Phraseologie», en HOLTUS, G; M. METZELTIN Y CH. SCHMITT (eds.), *Lexikon der Romanistischen Linguistik*. Tübingen, Max Niemeyer, Verlag, 1992, pp. 125-131.