

y actitudes en común. Es decir, es mucho más fácil comprender las declaraciones irónicas de aquellos con quienes estamos de acuerdo. Sin embargo, aunque los hablantes no tengan la intención de que sus enunciados se entiendan como irónicos, se pueden tomar como tal debido a la situación que envuelve el comentario.

Una creencia común sobre la ironía es que se trata únicamente de expresar el significado contrario del que se dice literalmente, lo que resta bastante complejidad al fenómeno. En muchas ocasiones, lo que se quiere decir no es exactamente el significado contrario, sino que establece un terreno donde lo que se dice de forma literal puede tener muchos nuevos significados.

Se trata, pues, de encubrir la verdadera intención del hablante, pero dejando claro que el significado literal no es el que debe tomarse en cuenta o que, aunque se deba tomar en cuenta, no es lo más importante. Decir, por ejemplo, “¡cómo me gusta la gente que dice la verdad!”, lo que es cierto, aunque en ese momento se quiere enviar un mensaje pasivo agresivo a quienes han incurrido en la mentira.

EL CAMINO HACIA EL CONSUMO IRÓNICO

El ya mencionado estudio de la *Journal of Pragmatics*, afirma que la ironía se comprende de manera casi equivalente que las oraciones con un sentido literal. Pero el camino se vuelve sinuoso en cuanto la ironía se traslada al consumo, a los productos culturales y, más aún, a la comunicación por medio de redes sociales.

En *Secretamente serio* (2017), un estudio de la British Sociological Association (BSA), se distinguen varias posturas que tienen las personas ante un producto cultural, en este caso el karaoke. Esta costumbre fiesterera funge como un ejemplo perfecto hacia el cual los participantes toman distintas distancias; es decir, pueden consumirlo irónicamente o no.

Las tres actitudes que aparecieron en torno al distanciamiento que mantuvieron los participantes, fueron la seria, la irónica y la secretamente seria, es decir, lo que se conoce como gusto culposo.

La línea entre lo secretamente serio y lo irónico es delgada. Constantemente, las personas pueden



La ironía es más difícil de detectar y controlar en redes sociales, pues muchas veces se desconocen las creencias tanto de quien comparte una publicación como de quien la ve. Foto: Behance / Rishab Soni