

## LAS ESTRATEGIAS DISCURSIVAS DE ALGUNOS ARTÍCULOS DE OPINIÓN DE UMBERTO ECO

**Loreta de Stasio**

Universidad del País Vasco

Umberto Eco, además de ser un semiótico de renombre, es considerado uno de los mayores intelectuales italianos contemporáneos. Probablemente, el más importante. Brillante cronista y escritor, sabe hacer sus obras, hasta las académicas, interesantes y divertidas. Sus cualidades de escritor y cronista multifacético, versátil y, sobre todo, ingenioso, son particularmente evidentes en sus artículos para la prensa, publicados en revistas, suplementos semanales de periódicos y periódicos. En el presente estudio examinaremos algunas de las principales estrategias discursivas empleadas en dos artículos publicados por U. Eco en *L'Espresso*, una revista semanal de carácter político, social, cultural y económico, en el marco de una página personal titulada "La Bustina di Minerva", es decir, "El Sobrecito de Minerva"<sup>1</sup>.

Desde 1985, estos artículos aparecieron semanalmente en la última página de *L'Espresso* hasta marzo de 1998, cuando se convirtieron en quincenales. El "Sobrecito" –el pequeño sobre de Minerva– es una página de entre 4.000 y 4.500 caracteres, relacionada o no con temas de actualidad, y capaz de tratarlos de modo que no pierdan fuerza con el pasar del tiempo. El sobrecito reflexiona sobre el mundo contemporáneo, la sociedad italiana, los medios de comunicación de masas, los libros en la era de Internet, el futuro del Tercer Milenio. A veces el sobrecito es una "diversión lingüística" o un cuento. La sección, como indica en realidad su título para un italiano de cierta edad, quiere evocar el lugar en el que uno podía escribir pequeñas notas: la parte interior de aquellos sobrecillos de cerillas que se llamaban precisamente "Minerva". El nombre del "Sobrecito de Minerva" se refiere, pues,

---

1.- Los "Sobrecitos de Minerva" están recogidos en el libro *La Bustina di Minerva* (editado por Bompiani en el año 2000), divididos en capítulos temáticos. Algunos ya habían sido publicados en *Il secondo diario minimo*, en 1992.

metonímicamente, a apuntes ocasionales como nombres de persona, títulos de libro y, más comunmente, números de teléfono, aunque también a breves reflexiones, juegos de palabras y pequeñas extravagancias. El título es, por lo tanto, una referencia a la comunicación breve, a las observaciones de cualquier tipo, pero igualmente, de forma simultánea, porque lo permite la marca de aquellas cerillas mencionada, es una referencia a la diosa Minerva, la divinidad del saber en el imperio romano, la antigua Atenea de los griegos, la diosa de la inteligencia, la razón y el ingenio. Este sentido del título no ha sido reivindicado nunca por U. Eco, al contrario<sup>2</sup>, pero para un público de letras –de facultad de letras– o culto es casi inevitable.

Los sobrecitos nos proponen los pensamientos de U. Eco con más viveza que una conferencia o un tratado. Con el término “ecopensamiento”<sup>3</sup> podría apuntarse a las reflexiones escritas en ellos, que representan, en efecto, una forma de Eco-logía del pensamiento, idealmente libre de la contaminación de modas y obviedades, sin temor a decir lo que pueda resultar desagradable oír; son consideraciones en las que reluce una brillante inteligencia posible gracias a una sobresaliente capacidad de empleo del lenguaje.

Los sobrecitos hablan de migraciones y de guerra, del horror de la pena de muerte, del culto exasperado de lo “políticamente correcto” y de la degeneración a la que puede llevar no sólo a las relaciones interpersonales, sino también al periodismo o a la crítica. Tratan de procesos judiciales y de política, de programas y películas, de las crónicas del corazón y del fútbol, del mundo de la información y la cultura, conmoviendo y entreteniéndolo siempre al lector con ironías, paradojas, razonamientos por reducción al absurdo, parábolas y ejemplos sobresalientes. No falta tampoco la reflexión más seria, la que describe con pertinencia, agudeza y profundidad las transformaciones culturales, sociales y políticas de los últimos años, observando las rutas inquietantes, y los eventuales atropellos de los valores de la civilización y del progreso, especialmente cuando lo que sucede o lo que ello implica dista de ser obvio.

Pero, ¿y cómo escribe los “Sobrecitos” sobre estos asuntos U. Eco?

### 1. Estrategias irónicas

La ironía es una de las principales características discursivas de estos textos<sup>4</sup>. La ironía del discurso es a la vez sujeto y medio. Parece que la ironía coja la mano del autor y se comporte como un sujeto independiente de aquel –de la voluntad de U. Eco–. La ironía configura un enunciador y un enunciatario implícitos –un Autor Modelo y un Lector Modelo, diría U. Eco– que, a veces, dan la impresión de cooperar y, otras, de disentir del autor y de los lectores de carne y hueso. Este mecanismo le permite al texto mantener una distancia con respecto a los temas y personajes abordados, además de con respecto al contexto de la escritura –revista, lectores y autor empíricos incluidos–.

2.- El primer “Sobrecito” señalaba ya el origen del nombre en la función desempeñada para algunos por el sobre de las cerillas de la marca Minerva cuando no llevaban publicidad en su parte interna. U. Eco advertía que el nombre elegido no tenía nada que ver –en su intención– con la diosa romana.

3.- En 1977 L. Pancorbó publicó *Ecoloquio*. Nuestra palabra es un homenaje a su título. A U. Eco, los juegos de palabras, sea como entretenimiento, sea por su capacidad de ejercitar la habilidad expresiva, le han atraído siempre. Algunos “Sobrecitos” son buena prueba de ello.

4.- El acercamiento lingüístico de la ironía, puesto que ella se sitúa a un nivel frástico y puesto que se aplica a enunciados breves, es de gran utilidad por el análisis de los títulos de *Le Bustine*, como el desarrollado por Joseph Cadeddu, *La Bustina di Minerva (1985-1994) d'Umberto Eco*. Université de Nanterre, Centre de Recherches Italiennes, 11/12, Mai 1997.

Versátil y flotante, la ironía lleva a cuestras un sentido de contrabando –de tapadillo, bajo manga–, un sentido que no sólo es el principal, el válido, sino que, además, se burla del sentido aparente y de quien, según ella, lo sostenga. La mofa puede ser ligera, amable, o llegar al sarcasmo. Hay ironías de etiqueta, pero también de cuartel militar. Algunas hacen reír y no ofenden, porque pueden ser halagos. Otras, son estrictas agresiones verbales. En la medida en la que puede utilizarse la ironía para criticar sin hacerlo abierta ni directamente, a veces se utiliza como manifestación educada, o incluso afectuosa, de la distancia con respecto a los propósitos textualizados y a su supuesto apreciador. Hay muchas formas de ironía. La autoironía es una de ellas.

La ironía puede ser un procedimiento humorístico o sarcástico con características propias, aunque comparta algunos rasgos con otras figuras del lenguaje lúdico. Desempeña un papel fundamental en pasajes o géneros como la sátira y la parodia. U. Eco recurre bastante al distanciamiento crítico de la parodia en el “Sobrecito de Minerva”. Y, para dar ejemplo, se autocita con cierta frecuencia, autoparodiándose. Para algunos, como J. Cadeddu, el autor parodia a veces los mejores “Sobrecitos” humorísticos, los que siguen la línea de su primer *Diario mínimo*, la colección de cuentos humorísticos, divertimentos y parodias literarias que publicó en 1963. Es discutible.

Lo que sí es cierto es que U. Eco se cita bastante, pero, sobre todo, mencionando en un “Sobrecito” el “Sobrecito” anterior, y, mucho más que para hablar de él o de sí mismo, para ocuparse de las reacciones de los demás, para dialogar con ellos en su página, con la finalidad de aclarar malentendidos –lecturas erróneas–, de precisar, o de crear pies no forzados para enlazar con otros temas, que pueden ser variantes o consecuencias de los anteriores. Sin embargo, el efecto más frecuente de la referencia a un artículo anterior es el de que la sección de U. Eco en *L'Espresso* se ve, desde su continuidad, como un todo que se sigue construyendo, como un diálogo ininterrumpido.

El *Diario mínimo* podría, a veces, haber influenciado algunos “Sobrecitos”, en efecto. Pero ello sólo si entendemos el *Diario mínimo* como un repertorio a-temático y abstracto de estrategias discursivas, como un catálogo en el que en determinado momento puede elegirse una de dichas estrategias para aplicarla a una cuestión concreta, a un tema de ahora; o si entendemos ese *Diario mínimo* como máquina de fabricación de nuevos temas, mediante el procedimiento de establecer una relación entre un pre-tema (un motivo de partida) con una de las operaciones intelectuales contenidas de ese abanico básico que es, desde tal punto de vista, el *Diario mínimo*, para generar así, mediante dicha relación, un tema nuevo.

Estos dos tipos de mecanismos podrían haberle servido al autor, de manera seguramente inconsciente, para la preparación de la escritura de algunos “Sobrecitos”, para encontrar el modo de enfrentarse a algunas páginas en blanco. Pero ello sólo en la misma medida en la que a un autor le sirve la experiencia de un trabajo inicial, fundador, como experiencia proveedora de recursos probados, contrastados, de eficacia cierta. Un trabajo fundador que actuará como modelo ya sea para rodearse de las condiciones externas ideales, propiciadoras de su creación –una música determinada, tal tipo de lapicero, una posición precisa frente a la ventana, redactar un esquema inicial de x puntos, un café doble, o la misma ausencia de rituales pragmáticos como amuleto–, ya sea para establecer los procedimientos internos, los de la estructura del discurso que va a escribir.

## 2. Comicidad y polifonía

La ironía, la sátira y la parodia son las bases argumentativas de muchos “Sobrecitos”. Detrás de una serie de textos tan variados temáticamente aparece a menudo una misma estructura binaria, un cuerpo dual. Macroestructuralmente, “El Sobrecito de Minerva”

## LAS ESTRATEGIAS DISCURSIVAS DE ALGUNOS ARTÍCULOS DE OPINIÓN

obedece a un ritmo binario porque los textos irónicos y los paródicos que usan la ironía, son, en su mayor parte, la transformación cómica de una "Sobrecito" serio<sup>5</sup>. Hay dos polos semióticos en los artículos: el primero veridictorio simple, basado en el respeto de las reglas de la comunicación común; los de segundo tipo son, por el contrario, en un primer nivel, textos no-veridictorios; infringen los principios del lenguaje ordinario. Con frecuencia, un mismo artículo obedece a una doble orientación temática, ya que suelen mezclar dos motivos que pertenecen a áreas diferentes, alternando simultáneamente dos sujetos. A esta doble orientación temática del "Sobrecito" corresponde la doble orientación semántica de la palabra irónica –o de la enunciación paródica–. El carácter dialógico (Hutcheon: 1978) de estos "Sobrecitos" les hace contener dos sentidos a la vez, contrarios o contradictorios entre sí.

Generalmente, el humor transmite dos sentidos a la vez. Bajtín definió la ironía –y la parodia– como discurso dialógico o bi-direccional en el que se mezclan dos voces. En sus estudios, el teórico ruso indicó que el carácter dialógico del lenguaje encontraba, ya desde la antigüedad, terreno ideal en discursos cómicos como la sátira menipea. La palabra de la menipea se produce, dice Bajtín, dentro de condiciones ideológico-sociales de encuentro conflictivo entre religiones, filosofías o políticas diferentes, es decir, entre valores diferentes. A la palabra monológica, a la ingenua integridad y seguridad de los géneros serios se contraponen en la menipea –y también, por ejemplo, en el diálogo socrático, como indica Bajtín–, el ejercicio intenso de la intrínseca dialogicidad de la palabra. Estos discursos "serio-cómicos" son considerados por Bajtín en relación con la comicidad popular, con el folklore carnavalesco; sus raíces estarían en las formas antiguas de fiesta, en la risa ritual, en la atmósfera de "alegre relatividad" de la visión carnavalesca del mundo (Bajtín 1963: 140-141 y 159-172).

La lengua bífida es mucho más que un Jano de doble sentido: es el discurso de la doblez, en el sentido más amplio de esta expresión. La ironía constituye el componente esencial de la duplicidad lingüística, de la aparente falsedad discursiva del "Sobrecito de Minerva". La ironía, basada en una contradicción entre el sentido literal –el ligado a la literalidad de lo pronunciado o escrito–, y su intencionalidad –lo que quiere realmente significar– es, por definición, hipócrita, falsa. La lengua de la "dobleza" es, pues, un discurso secreto y misterioso que, ocultando el sentido real del mensaje, disimula la crítica. Los "Sobrecitos" serios y veridictorios de modo simple, que obedecen a los principios de la comunicación ordinaria y se basan en una lengua unívoca, "monológica"<sup>6</sup>, están compensados por los artículos irónicos, que infringen falazmente dichas reglas y se encomiendan a una palabra ambigua, dialógica, bidireccional y, finalmente, polifónica.

### 3. Retórica silente

Tal vez el lenguaje de la doblez de los "Sobrecitos" tenga algo que ver con la personalidad de Umberto Eco, para quien ironizar y parodiar parecen ser un placer. Con todo, hay fenómenos objetivos que contribuyen a explicar el uso masivo de la lengua de la duplicidad. Existe, por ejemplo, una relación entre los 4.500 caracteres de que el autor dispone en la sección y la estructura irónica –y paródica–, especialmente apta para un espacio limitado. Ciertos tipos de discursos humorísticos son más apropiados para una escritura semanal. Además, precisamente

5.- Según J. Cadeddu, lo serio es lo no-paródico, lo anirónico (*op. cit.* p. 12).

6.- Según Bachtín, la palabra monológica es la «que se somete por sí sola a su mismo objeto» (*Dostoevskij. Poética y lingüística*, Turín, Einaudi, 1963: p. 286). El monologismo, que es sinónimo de univocidad semántica, se opone al dialogismo, que pospone a dos contextos de enunciación, a dos significaciones.

es la ironía la que permite al “Sobrecito” superar el marco restrictivo y constrictivo de un periodismo básico.

En “El Sobrecito de Minerva” U. Eco escribe como comentarista independiente en una sección fija, y puede, por ello, expresarse más libremente –infringiendo las reglas del discurso periodístico ordinario–, con extravagancia incluso. Ello favorece el empleo de la ironía y de los tipos de discursos que por ella suelen destacar. El uso extremado del lenguaje de la doblez muestra también la absoluta autonomía de U. Eco en *L'Espresso*. El humor y la doblez también están motivados por el peso de los escritos científicos (de los ensayos académicos) en el conjunto de los trabajos de U. Eco. La polifonía cómica es, en su obra, un hablar diferente, liberador. Con respecto al discurso periodístico común –al que le sirve de marco en la revista, por ejemplo–, tiene un valor regenerativo: es un pulso contra la doxa y el lenguaje desgastado, explotado y degenerado de los medios. La ironía –y la parodia– parecen subrayar tácitamente algunos defectos del periodismo italiano actual: el sensacionalismo, la agresividad, sus modos demasiado directos. Frente al ruido invasivo de esta violencia verbal, el tono discreto de charla sibilina del “Sobrecito de Minerva”.

El humor en “El Sobrecito de Minerva” pertenece a la retórica de la delicadeza y del pudor. Le permite al cronista criticar con moderación y reprochar sin insistir. El “Sobrecito” bromea y menoscaba, sin calumniar ni difamar. Las sátiras paródicas, reticentes y oscuras, dan al ataque un carácter oculto y confidencial. Aspiran a no ofender al antagonista y a respetarle. En “El Sobrecito de Minerva”, el lenguaje dúplice se somete a la educación discursiva, a la cortesía, al buen tono.

Hay, por supuesto, otros tipos de ironía. La que utiliza el “Sobrecito” permite la crítica con sordina y temple. La voz baja resulta aquí más elocuente que el volumen elevado y los gritos.

#### 4. Autocita, hermetismo y originalidad

Para la autoparodia, el autor utiliza no solamente su primer *Diario minimo*, sino también el conjunto de sus artículos periodísticos –escritos desde 1962 en *Il Giorno*, *Il Corriere della Sera*, *La Stampa*, *La Repubblica*, *Il Manifesto*, y en el mismo *L'Espresso*– o sus novelas. En el espacio reducido del “Sobrecito de Minerva”, el estilo cómico es más mesurado, menos exuberante que en el *Diario minimo*. Con el automimetismo, U. Eco protege su imagen de marca.

El uso del estilo irónico-cómico persigue también la originalidad; la voluntad de destacar como singular, y el temor de ser igual a los demás; el cultivo de su imagen de autor y la distinción tanto de la de los otros como de la común. La urgencia de preparar periódicamente la página y el encuentro regular de ésta con los lectores hacen más tangible al escritor y contribuyen a banalizarle. Las formas irónicas son un modo de mantener las distancias con los demás escritores de la prensa, y de conservar su carisma.

El empleo del discurso bífido revela cierto narcisismo, pero la autoexaltación no es su razón de ser. Cuando los trata, “El Sobrecito de Minerva” se ve forzado a decir distintamente los temas de la actualidad. Siendo una sección “marginal”, es decir, situada detrás de los demás artículos de la revista –en la valiosa última página con contenido no publicitario–, “El Sobrecito de Minerva” debe afirmar su alteridad. Esta página resulta más eficaz cuando zahiere, se burla o bromea que cuando reclama seriamente progreso en vez de regresión, y coherencia entre lo ideológico y lo pragmático. Precedido por discursos que de modo casi expreso se alínean, es decir, se posicionan marcadamente en lo político, social y cultural, y siendo el “Sobrecito” la versión lúdica de un potencial “Sobrecito” también serio, el U. Eco periodista se ve impelido a un

## LAS ESTRATEGIAS DISCURSIVAS DE ALGUNOS ARTÍCULOS DE OPINIÓN

cierto no-compromiso. Siendo el habitual discurso de los medios de comunicación asaz vulgar, transparente y agresivo, no hay nada reprochable en que el lenguaje del "Sobrecito de Minerva" sea algo obscuro, criptado y resistente.

¿Son, en primer término, algo embrollones, tramposos y herméticos los textos del "Sobrecito"? ¡Mucho mejor! ¡Cuántos discursos clarísimos y transparentes encontramos al cabo del día en los periódicos, la radio y la televisión! El uso que U. Eco hace de la ironía evidencia, en este sentido, la situación del periodismo italiano y quizá internacional. La ironía constituye, pues, un antídoto contra lo que ya ha sido dicho y contra cómo ha sido dicho<sup>7</sup>.

### 5. ¿Criptoperiodismo?

Conformado desde su creación, en 1955, por una clase dirigente culta, el público del semanal *L'Espresso* ha aumentado hasta el punto de que actualmente supera los 3 millones para cada número de la revista –en un país de alrededor de 60 millones de personas–: más de 650.000 ejemplares. En los últimos años, la revista ya no se dirige a una élite bien definida, sino a un destinatario vasto y heterogéneo. Por eso hay que confrontar al enunciatario implícito<sup>8</sup> que la ironía –y los demás procedimientos discursivos– construyen en los "Sobrecitos", con el vasto público real (con los lectores empíricos) al que se dirige *L'Espresso*. El doble lenguaje del "Sobrecito de Minerva", la ambigüedad y la hermeticidad de este idiolecto exige una cierta competencia, lingüística, retórica e ideológica de los lectores reales para que puedan adaptarse al receptor que han modelado dichos textos. No siempre están destinados a todo aquél que sepa leer. Pueden resultar, en principio, inadecuados para una parte de los lectores actuales de *L'Espresso*.

La ironía es accesible al gran público cuando el discurso subraya, como con un gran rotulador, las incoherencias sociales. Algunas sátiras paródicas de los "Sobrecitos" no plantean grandes problemas de recepción. El lenguaje irónico no siempre resulta incompatible con la sencillez discursiva. Sin embargo, otras muchas ironías sí son selectivas. Y el enunciatario implícito del "Sobrecito de Minerva", sea temáticamente –en lo relativo a la *inventio*–, sea remáticamente –en lo relativo a la *dispositio* y a la *elocutio*–, es un lector humanista, docto, avisado. Este lector modelo es conforme, a grandes rasgos, con el burgués progresista y culto que constituía el público real esencial de *L'Espresso* antes de 1974.

Más que una reacción contra la popularización de *L'Espresso*, la barrera que supone el nivel cultural que exige el "Sobrecito" indica cierta dosis de crueldad con sus lectores. Hay un fondo de sadismo en querer hacer entender lo contrario de lo que se dice, es decir, en tender "trampas" irónicas selectivas. La dificultad de algunos artículos de U. Eco se evidencia en algunas cartas críticas a la revista ocasionadas por malas lecturas de dichos artículos. O en la abierta denuncia –de tipo "populista de izquierdas" o estalinista– contra su discurso radicalmente polifónico.

Si desde un punto de vista político puede resultar embarazoso que no sean admitidos todos los lectores a bailar el vals irónico del autor, a favor del "Sobrecito" de U. Eco conviene recordar que una revista no está hecha para ser leída forzosamente desde la primera página hasta la última: cada uno se detiene en lo que quiere, en función de sus competencias, intereses y gustos. Si alguien es

7.- El estudio de la ironía y la parodia es indisoluble del examen de los discursos no paródicos y anirónicos. Esta comparación evidencia que el lenguaje socarrón y anfibológico del "Sobrecito de Minerva" se mofa de los principios de la prosa universitaria, y escarnece las reglas de la estructura periodística. Cfr. Cadeddu, 1997.

8.- «El enunciatario implícito es un conjunto de condiciones de felicidad, textualmente establecida, que deben ser satisfechas porque un texto sea actualizado plenamente en su contenido potencial» (U. Eco, *Lector in fabula. La cooperazione interpretativa nei testi narrativi*. Milano, Bompiani, 1979, p. 62).

alérgico a la ironía intelectual o está irritado por el discurso paródico de U. Eco, le queda siempre la posibilidad de saltarse el “Sobrecito” y de dirigirse a los artículos de los demás periodistas o comentaristas.

#### 6. ¿Se transformó la estrategia irónica del “Sobrecito” en los años 90?

A mitad de los años 80 Italia vivió una situación económica calificada como excepcional, un nuevo “milagro económico”. Sin embargo, al principio de los años 90 comenzó el declive. Muchos políticos y empresarios aparecieron implicados en la investigación “Manos Limpias”, cuyas primeras revelaciones tuvieron lugar en febrero de 1992; el ciclón “Tangentopoli”, “el mayor asunto de corrupción político-financiera de la posguerra”, contribuyó considerablemente a la degradación del clima social. Estos tristes acontecimientos tendrán repercusión en el tipo de discurso irónico y paródico del “Sobrecito de Minerva”: en una parte de los años 90 la intensidad del carácter irónico del “Sobrecito” se atenúa. El aumento notable de los artículos dedicados en el “Sobrecito” a los asuntos políticos de la época comporta un ensombrecimiento de la parodia. La “Segunda República” y el pesimismo ambiental influyeron, pues, en el cambio del lenguaje dúplice en el “Sobrecito”. Agresiva, la ironía puede constituir un arma eficaz, apropiada para cuestiones urgentes y públicamente notables. Pero la parodia y el pastiche, que son algunos de los discursos con los que U. Eco pone en solfa las trampas del mundo de los políticos, están animados en cambio por una ironía lúdica, bienhumorada, fresca. Este tipo de ironía no es tan combativa ni tan militante como puede exigir un posicionamiento político imperioso. Así el lenguaje irónico puede tender a diluirse a medida que la degradación de las condiciones sociales aumenta y cuando la perentoriedad de la denuncia empuja al comentarista a intervenir de modo menos indirecto y mucho más llano.

¿Es conjeturable que asimismo en aquella época haya pesado el aumento de la presión de los lectores contra el discurso velado, reclamando su derecho a comprender? U. Eco recibió muchas de estas cartas en la revista y, aunque no estuviera obligado a tenerlas en cuenta, siempre ha considerado las opiniones de los lectores, y de algún modo habrá padecido su influencia.

Se debe pensar por otra parte en un eventual cansancio del autor, comprometido a publicar cada dos números, quincenalmente, un artículo gracioso y profundo. La parodia sutil es un discurso fatigoso para el autor. En su artículo inaugural U. Eco hizo notar que «la cita semanal corroe»<sup>10</sup>. La lengua de la doblez es víctima de una forma de cansancio, de empobrecimiento, debido a la misma longevidad de la sección fija. En la entrevista que le concedió a Giuseppe Cadeddu, el 28 de mayo de 1996, U. Eco manifestó haber intentado varias veces poner punto final a su sección, sin lograr interrumpir en la práctica sus vínculos afectivos con los lectores y con los editores (Cadeddu, 1997: 473).

Se remedió, en parte, esta dificultad en 1998 con la transformación de la frecuencia semanal del “Sobrecito” en quincenal. Según J. Cadeddu, los “Sobrecitos” fueron desde entonces algo menos picantes que los anteriores, aunque la ironía hubiera empezado a debilitarse, ya desde 1993, como hemos visto, por la magnitud —en extensión y en intensidad— de los acontecimientos judiciales y políticos sobrevenidos.

Es vital que los intelectuales intervengan públicamente en los medios de alcance masivo. “El Sobrecito de Minerva”, desde este punto de vista, es de una gran eficacia. Que una revista general de actualidad difunda la cultura y la opinión libre de los intelectuales sobre el presente es obviamente necesario. La divulgación es una noble función de los medios. En una situación

9.- Cfr. M. Salvati, *Economia e politica in Italia dal dopo guerra ad oggi*. Milano, Garzanti, 1984.

10.- Umberto Eco, “Che bell'errore!”, en *L'Espresso*, 31.03.1985.

## LAS ESTRATEGIAS DISCURSIVAS DE ALGUNOS ARTÍCULOS DE OPINIÓN

transitoria excepcional como fue la gran crisis italiana, mejor disponer de un comentarista como U. Eco, aunque deba actuar menos intelectualmente y más como mentor político, que privarse de él.

Por otra parte, desde un punto de vista mercadotécnico la presencia del "Sobrecito de Minerva" ha sido y es de importancia cardinal en *L'Espresso*. Sus directivos han conseguido en repetidas ocasiones que U. Eco no cerrase su sección. La credibilidad de la revista se asienta en el prestigio de colaboradores como Altan, Giorgio Bocca, Giampaolo Pansa, Massimo Riva, Michele Serra, Enzo Biagi, y, en primer lugar, Umberto Eco.

En cierto modo, en nuestra opinión, que es bastante diferente de la de J. Cadeddu, la ironía del "Sobrecito" se pudo hacer, en general, más parcial y más discontinua, sin afectar a la totalidad de cada artículo. Pero más parcial y más discontinua no con respecto al comienzo de la sección en la revista, sino con respecto a *Diario minimo* o con respecto a los artículos más antiguos en *L'Espresso*, muy anteriores a los iniciados en 1985 con la nueva sección. Cambio, como decimos, por lo tanto, anterior, en todo caso, al del nacimiento del "Sobrecito".

Así, U. Eco pudo seguir haciendo de las suyas también en la prensa, y, al mismo tiempo, el receptor implícito en sus artículos pasó a permitir casi siempre el acceso a una mayor proporción de los lectores efectivos de la revista.

¿En qué consistió la transformación? En un desdoblamiento complejo. Ese desdoblamiento o multiplicación significa que se hace coexistir en algunos artículos un enunciatario implícito, de nivel básico, fabricado como tal, con otro tipo de enunciatario implícito. El de nivel sencillo entiende el contenido general del discurso, aunque no advierta la ironía en todas las expresiones o frases que la albergan, y por más que dude bastante en otros casos. Al enunciatario implícito básico la alternancia entre un discurso fácil –de elocución y argumentación sencilla– y uno difícil –dúplice y sutil– le permite, sin duda, darse cuenta de una parte de las ironías que, de otro modo, le resultarían inaccesibles, invisibles.

Por otra parte, la multiplicación del lector modelo supone que se crea también en el "Sobrecito", al menos, otro enunciatario implícito, modelado también como tal por el propio texto, que capta todos los juegos de lenguaje, incluidos los difíciles, y que, por lo tanto, detecta también la diferencia entre las predicaciones directas, o sea, las asumidas por el enunciadador implícito, y las distanciadas por dicho enunciadador implícito, es decir, las contrariadas o contradichas implícitamente, o sea, las ironizadas; y que también, en consecuencia, detecta las predicaciones indirectas, implícitas, o, lo que es lo mismo, las ironizantes.

Si el texto contiene más de dos enunciatarios implícitos –distinguidos entre sí por la mayor o menor capacidad implícita para entender intelectualmente el discurso– y si existe, en consecuencia, uno mediano, captará, por ejemplo, una buena parte de los juegos de lenguaje, pero no todos.

U. Eco había aludido al fenómeno de prefabricación de dos tipos de receptores en *Apostillas a «El nombre de la rosa»*. En el "Sobrecito" titulado "Best-seller, una parola. Come si scrive un libro di successo" (17 de junio de 1994), cita también un ensayo de Julia Bettinotti y Paul Bleton, y otro de Carlo Ferreti que describen textos con estrategias similares. Discursos con "modelos escalares de lectura" decían Bettinotti y Bleton. U. Eco, en el "Sobrecito" mencionado, habla de algunos "libros Ziggurath" –discursos, pues, con enunciatarios implícitos simultáneos, superpuestos, compatibles, de diferente competencia– y los relaciona con las lecturas empíricas de los hermeneutas bíblicos medievales y con las de la hermenéutica hebrea –aunque, precisemos, dichas lecturas quizá violentaban gran parte de los discursos a los que se aplicaban–. Para U. Eco, los textos que llama "siemprevivos"



–*El Principito, Los novios, Siddharta*– contienen enunciatarios implícitos superpuestos. José María Nadal había descrito fenómenos parecidos en algunos discursos publicitarios, y había observado también que algunos de ellos contenían, a la vez, un modelo de receptor femenino y uno masculino

### 7. ¿Y ahora? La ironía veinte años después

Es difícil o imposible juzgar seriamente la cantidad de ironía usada en unas y otras épocas en el “Sobrecito” sin hacer análisis textuales de todos los textos a los que se refiere el dictamen. Sin ello, el juicio peca, obviamente, de no fundamentado. Sin realizar dichos análisis, a ojo de buen cubero, nosotros nos arriesgamos a confesar que no tenemos la impresión, por ejemplo, de que la ironía de los diez primeros sobrecitos, en 1985<sup>11</sup>, sea mayor que la de los diez últimos publicados hasta hoy, más de veinte años después, en noviembre de 2005. Más bien la percepción es precisamente, y en todo caso, la contraria: es mayor la cantidad de ironía en los últimos números que en los primeros, sin que la diferencia sea tampoco radical.

¿Podría pensarse que en sus primeras apariciones en *L'Espresso* el “Sobrecito” necesitaba empezar a moldear a sus lectores para poder liberar toda su potencia irónica sólo más adelante, cuando se sintiese seguro de haber obtenido un adiestramiento suficiente? Sin embargo, ni U. Eco, ni bastantes de sus obras eran desconocidas en 1985 para los lectores de la revista. El fenómeno U. Eco, en el año 1985, estaba en todo su esplendor. En realidad, llevaba mucho tiempo escribiendo en *L'Espresso*, desde mucho antes de que comenzase la sección llamada “El Sobrecito”.

Si comparamos esas dos series de diez “Sobrecitos”, la inicial de 1985 y la actual de 2005, con una serie intermedia de otros diez “Sobrecitos” correspondiente ésta a las épocas más álgidas de la crisis de la República italiana –digamos que con cualquier serie de los años 1993 ó 1994–, nuestra opinión es que tampoco hay diferencias notables, que no se produce un decremento hacia abajo en cuanto a la presencia cuantitativa de la ironía en ellas; es decir, lo contrario de lo que parece sostener J. Cadeddu. Es más, si las sucesivas emergencias políticas que se producen en esos dos años 1993 y 1994 pudieran entenderse, *a priori*, antes de analizar los textos, como un deterrente de la aparición del discurso irónico, cabría imaginar también que, durante aquel periodo, la involucración de los lectores italianos en los extraordinarios acontecimientos y su seguimiento informativo fueron mayores que nunca, por lo que la cultura, en lo que atañe a lo ideológico, lo político y lo social también fue muy intensa y también estuvo muy extendida, especialmente en cada uno de sus polos políticos, y por ello la posibilidad de ironizar mordaz y elegantemente, siendo comprendido por una mayoría de sus lectores, quizá fue también mayor que nunca.

El incremento más significativo en la tirada de la revista no se produce en la época de existencia del “Sobrecito”, sino antes. No se puede decir, pues, que hubiera ninguna masificación de la revista después de 1985, ni, menos, que fuera tal supuesta masificación la responsable de ningún supuesto bajón en el discurso indirecto e implícito del “Sobrecito”. La revista aumentó mucho su tirada –y su público– antes de 1985, sobre todo desde su fundación hasta 1975.

Abandonando las especulaciones sobre la importancia relativa de la ironía en las estrategias de los “Sobrecitos” y sobre la evolución temporal de dicha importancia relativa, pasemos al análisis

11.- Desde la primera, del 31 de marzo de 1985, hasta la décima, del 9 de junio de dicho año. Nos falta la del 12 de mayo de 1985.

## LAS ESTRATEGIAS DISCURSIVAS DE ALGUNOS ARTÍCULOS DE OPINIÓN

de las estrategias discursivas de dos artículos recientes. El primero de ellos se titula "El código ataca todos los días"<sup>12</sup>. En este artículo nos hemos fijado en dos grandes tipos de estrategias: las que

12.- Umberto Eco: "El Código ataca todos los días" ("La bustina di Minerva", *L'Espresso*, n. 30 de 2005):

Cada día llega a mis manos un nuevo comentario del *Código da Vinci*, de Dan Brown. Hablo sólo de los libros en italiano, porque no estaría en condiciones de presentar una bibliografía de todo lo que aparece en el mundo. Sólo en Italia podría citar a José Antonio Ullate Fabo, *Contra "El Código da Vinci"* (Sperling); Bart Ehrman, *La verdad sobre "El Código da Vinci"* (Mondadori); Darrell L. Bock, "El Código da Vinci". *Verdad y mentiras* (Armenia), Andrea Tornielli; *Encuesta sobre la Resurrección* (Il Giornale); Dan Burstein, *Los secretos del "Código"* (Sperling). Pero seguro que me olvido de algo. Por otra parte, si queréis una información actualizada sobre todos los artículos referidos a la cuestión, id a las paginas del Opus Dei. Os podéis fiar, aunque seáis atcos. En cualquier caso, como veremos, la cuestión es por qué el mundo católico se preocupa tanto por desmantelar el libro de Dan Brown; pero, sea lo que sea, cuando los católicos explican que todas las noticias que contiene son falsas, fiasos.

Entendámonos: *El Código da Vinci*, es una novela, y como tal debería tener el derecho de inventarse lo que quiera. Además está escrita hábilmente y se lee de una tirada. Y no es grave que el autor al comienzo nos diga que lo que cuenta es verdad histórica. Por supuesto: el lector profesional está habituado a este tipo de proclamas narrativas sobre su verdad; forman parte del juego de la ficción. El problema comienza cuando uno se da cuenta de que muchísimos lectores ocasionales han creído realmente en esta afirmación, del mismo modo que en el teatro de marionetas [sicilianas] los espectadores insultaban a Gano di Maganza [el malo].

Para desmontar la presunta historicidad del *Código* bastaría un artículo bastante breve (y se han escrito ya algunos excelentes) que dijera dos cosas: La primera es que toda la anécdota del Jesucristo que se casa con María Magdalena, de su viaje a Francia, de la fundación de la dinastía Merovingia y del Priorato de Sión es de pacotilla pura, y que circulaba ya desde hace muchos años en una plétora de libros y librillos para devotos de la ciencias ocultas, desde los de De Sède a propósito de Rennes-le-Chateau hasta *El Santo Grial*, de Baigent, Leigh y Lincoln. Que todo ese material contuviese secuelas de patrañas ha sido dicho y demostrado hace tiempo. Por otra parte, parece que Baigen, Lincoln y Leigh han amenazado con (o que realmente han entablado) una acción legal contra Brown, por plagio. Pero, ¿cómo? Si escribo una biografía de Napoleón (contando los hechos reales), no puedo denunciar luego por plagio a quien escriba otra biografía de Napoleón, aunque sea novelada, contando los mismos hechos históricos. Si lo hago, será entonces porque lamento el robo de una originalísima invención mía (es decir, de una fantasía o engañifa, o como se le quiera llamar).

Lo segundo es que Brown siembra su libro con numerosos errores históricos, como el de ir a buscar informaciones sobre Jesucristo (supuestamente censuradas por la Iglesia) en los manuscritos del Mar Muerto –los cuales no hablan para nada de Jesucristo, sino de asuntos hebraicos como los de los Hésenos–. Brown confunde los manuscritos del Mar Muerto con los de Nag Hammadi. El hecho es que la mayor parte de los libros que aparecen sobre el caso Brown, también y especialmente los bien hechos (y cito el último, muy documentado, apenas aparecido en Mondadori, *Encuesta sobre "El Código da Vinci"*, de Etchegorn y Lenoir, para poder llegar al número suficiente de páginas de un libro, cuentan con pelos y señales todo lo que Brown ha saqueado. Así, estos libros, de manera perversa, aunque hayan sido escritos para denunciar falsedades, contribuyen a hacer circular y recircular todo ese material oculto. Por ello (admitiendo la interesante hipótesis –sostenida realmente por alguien– de que *El Código* sea un complot satánico), cada una de las refutaciones reproduce sus insinuaciones, haciendo de megáfono. Como complot es impecable; nada que objetar.

¿Por qué hasta cuando uno lo refuta *El Código* se auto-reproduce? Porque la gente está sedienta de misterios (y de complots) y hasta que ofrezcas la posibilidad de pensar en uno más (y especialmente si dices que es invención de unos caraduras), para que todo el mundo comience a creerlo.

Creo que es esto lo que preocupa a la Iglesia. La creencia en *El Código* (y en otro Jesucristo) es un síntoma de cristianización. Cuando la gente ya no cree en Dios, decía Chesterton, no es que ya no crea en nada, es que cree en todo. Hasta en los *mass-media*. Sé que estoy expresando tan sólo una sensación, pero es que me ha impresionado la figura de un joven imbécil, que, en la plaza de San Pedro, mientras una multitud inmensa esperaba la noticia de la muerte del Papa, con el móvil en la oreja y la cara sonriente, decía hola hola a la telecámara. ¿Por qué estaba allí (por qué había también otros muchos como él –mientras quizá millones de auténticos creyentes estaban en su casa rezando–)? ¿En su espera de una sobrenaturalidad mediática, no estaba quizá dispuesto a creer que Jesucristo se hubiese casado con María Magdalena, y que estuviese unido por el vínculo místico y dinástico del Priorato de Sión a Jean Cocteau? (Traducción privada de José María Nadal, reproducida sólo para su uso académico en este artículo).

José María Nadal llama Estrategias Pre-téleo-discursivas y las que llama Téleo-discursivas<sup>13</sup>.

Las Pre-téleo-discursivas sirven para captar y mantener la atención del espectador implícito con respecto al discurso en sí mismo. Es decir, su función es la de hacer querer o deber consumir el texto, leerlo. Responden al análisis y desarrollo teórico profundo de la función fática de R. Jakobson, pero entendida semiótica e immanentemente, es decir, tratan del discurso y de su enunciatario implícito, no de la comunicación ni de sus receptores reales. Por el contrario, las Téleo-discursivas le sirven al texto para manipular al enunciatario implícito con respecto a objetos que trascienden el discurso. Si se tratase de publicidad, sería cuestión de modificar la actitud del espectador implícito con respecto a una marca, un producto, una conducta. Aquí, en este "Sobrecito" de U. Eco se trata de *venderle* —a ese receptor implícitamente modelado— una información, un saber, unas ideas, incluso unos sentimientos y unos comportamientos extradiscursivos con respecto, en principio, a un libro de éxito y a la acogida mundial que está obteniendo.

### 8. Esquema de las estructuras pre-téleo-discursivas aplicables a la "Bustina"

A modo de conclusión, sin concluir este estudio, sólo registramos abajo, por límites de espacio, un esquema de los elementos necesarios para desarrollar un análisis sobre las estructuras pre-téleo-discursivas que pretendemos aplicar para este tipo de estudio, en otro lugar.

- La marca "Umberto Eco":

- U. Eco como autor y personaje famoso internacionalmente, entretenido, divertido, novelista de gran éxito internacional.
- U. Eco, el autor, escribió una novela de gran éxito internacional, también llevada al cine, con un malo también "religioso", que era igualmente de intriga, con asesinatos, aunque era mucho más que una novela de intriga, pues contenía tramas filosóficas, estéticas, históricas, religiosas, semióticas, humorísticas, etc. Que U. Eco escriba sobre el *CdV* provoca la curiosidad del lector, aunque *El nombre de la rosa* fuera un éxito imprevisto, no escrito ni fabricado editorialmente como novela de éxito, como es el *CdV*. ¿Qué opinará un autor multitudinario de calidad de una novela aún más multitudinaria como ésta?
- U. Eco, el autor, escribió otra novela precisamente sobre lo que supone el tema del *CdV*: el gusto por la explicación de los hechos reales como complots, y los disparates a los que conduce. *El péndulo de Foucault* puede parecer, hasta en su título, una parodia anticipada de los lectores del *CdV*. ¿Qué pensará U. Eco de una novela escrita para dar gusto a mentes como las parodiadas en su libro?

- La marca "*L'Espresso*" como revista interesante, de prestigio y entretenida.

- La autofocalización sobre el narrador famoso UE. Asunción del protagonismo de la marca famosa UE:

- Cae en mis manos
- Si yo escribo...
- Me ha impresionado

- El título atractivo: "Il *Codice* colpisce ogni giorno"

13.- Cf. J. M. Nadal, "Tipología de los discursos narrativos de Rosalía de Castro", en AA. VV., *Rosalía de Castro e o seu tempo*. Santiago de Compostela, Consello da Cultura Galega e Universidade de Santiago de Compostela, 1986, pp. 529-547. Y, del mismo autor, "La narración en *La voluntad*, de José Martínez Ruiz", *Cahiers de l'Université de Pau*, 8, 1985, pp. 33-47.

## LAS ESTRATEGIAS DISCURSIVAS DE ALGUNOS ARTÍCULOS DE OPINIÓN

- Vende el argumento de actualidad: el *CdV*.
- Casi es una parodia del título de algunas películas y libros –colpisce ogni giorno vs. colpisce ancora–:
  - Películas: 1972: *Dracula colpisce ancora!* (Alan Gibson, 1971); *La pantera rosa colpisce ancora*, *La pantera rosa ataca de nuevo* (Blake Edwards, 1974); *L'impero colpisce ancora*, *El imperio contrataca* (Irvin Kershner, 1980) –segunda película de la saga de *La guerra de las galaxias*–.
  - Libros: *Sherlock Holmes colpisce ancora* (Arthur Conan Doyle); *Mafalda colpisce ancora* (Quino, 19).
- Es un juego de palabras basado en la antropomorfización del *CdV*.
- El tema es uno de los temas de actualidad durante el año 2004 y 2005: El *CdV* es un “best-seller” nacional y mundial extraordinario, que desborda las expectativas anteriormente conocidas.
- El artículo se refiere a los temas escandalosos, sensacionalistas del *CdV*: los hechos narrados en la novela son, en parte, una supuesta historia secreta de la Iglesia Católica y del Opus Dei.
  - El Morbo de la historia de María Magdalena y Jesucristo.
- Lo cómico, el humor:
  - Aludir a los insultos del público a una marioneta de ficción (Gano di Maganza).
  - Insultos: El joven imbecil; D. Brown, saqueador; algunos escritores de libros ocultistas, picarones (“furbacchioni”).
  - La hipérbole humorística final –que denuncia el colmo del absurdo irracional–: Cristo y Jean Cocteau en la misma secta.
  - La ironía:
    - “assumendo l'interessante ipotesi –che qualcuno ha veramente avanzato– che ‘Il codice’ sia un complotto satanico”
    - “Come complotto è ben riuscito, non c'è che dire.”
  - La reducción al absurdo: los hechos históricos no pueden plagiarse; es absurdo denunciar a alguien diciendo que cuenta lo que pretendemos no es invención nuestra, sino hechos históricos.
  - El diminutivo cómico-despectivo: “livretti”.
- Las paradojas:
  - Denunciar lo falso hace creer en ello.
  - Refutar una ficción.
  - Refutar la historicidad de una supuesta historia es difundir su ficción como historia.
  - Lo inesperado: Hay que creer a la Iglesia Católica y al Opus Dei cuando hablan del *CdV*. Dicho eso a un público típicamente ateo y de izquierdas por un autor ateo y de izquierdas.
  - No creer en Dios no es no creer en nada sino creer en todo (Chesterton).
- Las anécdotas:

## LORETA DE STASIO

- La del joven imbécil.
- Los hechos concretos a los que se refiere.
- El compromiso inicial de ocuparse más adelante en el artículo, “come vedremo”, de por qué a la Iglesia Católica le preocupa tanto el *CdV*. Tras preparar el terreno, se ocupa de ello sólo al final. Quiere mantener así al lector en el texto hasta la última palabra. La promesa inicial no es tan marcada como la que existe en otros textos, pero, aún así, levemente, actúa como cebo o gancho. Este tipo de procedimiento es frecuente en los “Sobrecitos” de U. Eco. Por ejemplo: «Ho ricevuto come “prova di stampa-campione gratuito” (e poi vedremo perché) un libro di Romano Pizzigoni, “Rivolta di un uomo tranquillo”». Es el comienzo del “Sobrecito” del 24 de junio de 1994.
- El final cómico.
- El lenguaje sencillo, familiar.
- Ausencia de lenguaje académico.
- El lenguaje coloquial (oral), vívido, a veces mordaz y picante sea en sus expresiones sea en sus razonamientos: mi capita tra le mani / andate / Caso mai / si dia tanto da fare / Intendiamoci / Figuriamoci / lo si legge d'un fiato / Il guaio comincia quando ci si accorge / Per smontare / la vicenda di Gesù che sposa la Maddalena / paccottiglia / libri e libretti / Ora che tutto questo materiale contenesse sequele di panzane / Inoltre, pare che / Ma come? / poi non posso / sia pure romanzata / o frottola che dir si voglia / Ora (...) che / per poter durare il numero sufficiente di pagine a fare un libro, raccontano tutto quello che Brown ha saccheggiato, per filo e per segno / circolare e ricircolare / è ben riuscito, non c'è che dire / e basta che gli offri la possibilità di pensarne uno in più (e persino nel momento in cui gli dici che era l'invenzione di alcuni furbacchioni) ed ecco che tutti incominciano a crederci / un giovane imbecille / faceva ciao ciao / stavano a casa propria.
- El lenguaje figurativo: panzane (de panza), mani, fiato, pupi, Gano di Maganza, libro, libri, libretti, frottola (canción enigmática a partir de “frotta”, “fluctus” –fluctuación, onda–), dissemina, articolo, Mar Morto, manoscritti, pagine, materiale, megafono, assetata, alcuni furbacchioni, Gesù (Cristo), Maddalena (María Magdalena), Santo Grial, piazza San Pietro, telefonino, orecchio, volto, faceva ciao ciao, unito dal legame.
- La morbosidad de ir –aunque sea potencialmente– a las páginas del *Opus Dei*.
- El discurso altamente personalizado:
  - Muchas primeras personas.
  - Cuatro preguntas.
  - Varios imperativos.
  - Abundantes segundas personas (que refieren un narratario ambiguo, “un voi”, a medias entre una condición de sujeto plural tratado de tú –de vosotros– y una condición de sujeto singular tratado casi de usted mediante el plural –ustedes–).
  - Uso de la primera persona del plural. Se trata del narrador más el narratario; aquí, la primera persona del singular más la segunda persona del plural: “veremos” (“vedremo”), “Entendámonos” (“Intendiamoci”), “nos diga” (“ci dica”), “Por supuesto” (“Figuriamoci”).
  - Hay poco uso de construcciones impersonales: “se lee” (“lo si legge”), “uno se da cuenta” (“ci si accorge”), “como se quiera decir” (“che dir si voglia”), “asumiendo” (“assumendo”).

## LAS ESTRATEGIAS DISCURSIVAS DE ALGUNOS ARTÍCULOS DE OPINIÓN

- En general, el papel del receptor modelo es muy dinámico. La interacción enunciativa, intensa. El lector está continuamente convocado a participar: ¿Ha leído el *CdV*? ¿Ha visto cuántos libros se han ocupado de esa novela? ¿Es ateo o creyente? ¿Sabía de la preocupación de la Iglesia Católica por ese libro? ¿Qué opina de la fiabilidad del Opus Dei en general? ¿Y de sus juicios sobre el *CdV*? ¿Por qué piensa que a la Iglesia le inquieta tanto el libro? Etc., etc.
- La provocación. Este mecanismo también hace leer, dado que la imagen del enunciator implícito resulta positiva y que el receptor implícito no desea situarse en la clase de las personas por él sancionadas negativamente. Un modo de evitar ese peligro es leer hasta el final, para alejarse de esos modelos negativos, incompetentes.
  - El riesgo de ser como un lector ocasional, de esos que confunden la ficción con el documento histórico o informativo. U. Eco interpreta el *CdV* como novela, y condena la interpretación como historia o como ficción de fondo histórico. Existe el riesgo –que hay que entender como provocación pasiva– para el narrador-lector de una posible valoración negativa si se confunde en dicha interpretación o en otra –por ejemplo la del propio texto de U. Eco– ante el narrador-autor U. Eco.
  - El riesgo de ser uno como el imbécil de la plaza, en la actitud sacralizante y fiduciosa ante los medios de comunicación.
- Los juegos de lenguaje, las figuras retóricas:
  - No patrañas, sino «secuelas de patrañas». Parece una hipérbole despectiva, aunque en realidad no sea más que una observación plausible.

### BIBLIOGRAFIA

- Bajtín, Mijaíl (1929): *Problemy poetiki Dostoevskogo [Problemas de la poética de Dostoevskij]*. Moscú, Sovetskij pisatel. Trad. it.: *Dostoevskij. Poética y lingüística*, Turín, Einaudi, 1963.
- Bobes Naves, María del Carmen, et al. (1982): “Umberto Eco”. Número especial de *Los Cuadernos del Norte*, III, 14.
- Cadeddu, Joseph (1997): *La Bustina di Minerva (1985-1994) d’Umberto Eco*. Université de Nanterre, Centre de Recherches Italiennes, 11/12, Mai de 1997.
- Corti, Maria (1976): *Principi della comunicazione letteraria. Introduzione alla semiotica della letteratura*. Milano, Bompiani.
- De Lauretis, Teresa (1981): *Umberto Eco*. Firenze, La Nuova Italia (Collana Il Castoro).
- Eco, Umberto (1963): *Diario minimo*. Milano, Mondadori.
- (1975): *Trattato di semiotica generale*. Milano, Bompiani.
- (1979): *Lector in fabula. La cooperazione interpretativa nei testi narrativi*. Milano, Bompiani.
- (1992): *Il secondo diario minimo*. Milano, Bompiani.
- Fraga De Azevedo, Fernando J. (1995): *A teoria da cooperação interpretativa de Umberto Eco*. Porto, Porto Editora.
- Gritti, Jules (1991): *Umberto Eco*. Paris, Editions Universitaires.
- Hutcheon, Linda (1978): “Ironie et parodie: stratégie et structure”, *Poétique*, 36, Paris, Seuil.
- (1985): *A Theory of Parody: The Teachings of Twentieth-Century Art Forms*. London & New York, Methuen.

LORETA DE STASIO

- (1994): *Irony's Edge: The Theory and Politics of Irony*. London & New York, Routledge.
- Magli, Patrizia, et al., eds., (1982): *Semiotica: Storia Teoria Interpretazione. Saggi intorno a Umberto Eco*. Milano, Bompiani.
- Nadal, José María (1986): "Tipología de los discursos narrativos de Rosalía de Castro", en AA.VV., *Rosalía de Castro e o seu tempo*. Santiago de Compostela, Consello da Cultura Galega e Universidade de Santiago de Compostela, pp. 529-547.
- (1985): "La narración en *La voluntad*, de José Martínez Ruiz", *Cahiers de l'Université de Pau*, 8, pp. 33-47.
- Pancorbo, Luis (1977): *Ecoloquio con Umberto Eco*. Barcelona, Anagrama.
- Proust, Marcel (1954): *Du côté de chez Swann*. Paris, Gallimard.
- Rodríguez Pequeño, Francisco (1994): *Cómo leer a Umberto Eco*. Madrid, Júcar.
- Salvati, Michele (1984): *Economia e politica in Italia dal dopo guerra ad oggi*. Milano, Garzanti.
- Sperber, Dan, and Wilson, Deirdre (1978): "Les ironies comme mentions", *Poétique*, 36, Paris, Seuil.