

REVIEWS

Chalupa, Jiří - Reichwalderová, Eva (2021), *Danza de Máscaras. Motivaciones políticas e ideológicas de las transformaciones de las imágenes mediáticas. Picasso, García Lorca y Ortega y Gasset en la prensa checoslovaca*, Barcelona: Caligrama, 304 p.

«La mentira más eficaz es una verdad a medias» (p.21). Esta sentencia de los autores resumiría la lógica que reside tras la hábil mano de los aparatos propagandísticos encargados de manipular, intoxicar y desinformar. *Danza de Máscaras* es producto de una intensiva exploración hemerográfica en los principales archivos checos y eslovacos, en busca de referencias de tres figuras de la cultura española del siglo XX: Pablo Ruiz Picasso, Federico García Lorca y José Ortega y Gasset. El objetivo principal ha sido observar primero y explicar después los diversos significados ideológicos que estas tres personalidades han sufrido a través de la historia de la prensa checoslovaca (1918-1992): desde el régimen fundacional democrático de la Primera República (1918-1938), pasando por el periodo de invasión nazi (1939-1945), luego por la dictadura comunista (1948-1989) y, finalmente, el breve periodo de transición y consolidación de la democracia que llevó a la disolución del estado checoslovaco (1990-1992).

Los autores utilizan la metáfora de la danza de máscaras, en el sentido de que –una vez observado en conjunto y en perspectiva histórica las sucesivas y variadas visiones mediáticas que se han proyectado sobre estas tres personalidades, a lo largo de la historia de la prensa checoslovaca (incluido el periodo nazi)– la impresión final es la de un baile de máscaras en que se van moviendo –arriba y abajo, izquierda y derecha– al ritmo de los cambios políticos, de los intereses ideológicos y de las estrategias de poder de cada momento.

Los autores han incluido también los capítulos históricos que rodearon a estas personalidades en sus lugares de origen: España. Así, es posible observar en la obra los diversos significados y usos ideológicos en la prensa checoslovaca de capítulos determinantes de la historia de España, como la dictadura de Primo de Rivera, la Segunda República, la Guerra Civil o la dictadura franquista.

Se han hallado en los archivos checos y eslovacos un total de 1.380 artículos, donde al menos hubo una mención a alguna de las tres personalidades estudiadas. Se han explorado un total de 180 cabeceras: desde los diarios más leídos de cada época,

hasta revistas especializadas en arte, literatura o teatro. De todo este amplio corpus, los autores han seleccionado 140 artículos, que son los que conforman la pista de baile central, donde se presenciara la danza de máscaras.

Han tomado como base teórica para sustentar parte de sus resultados la teoría del análisis crítico del discurso de Teun van Dijk, por el que «la mayor parte de nuestras creencias sobre el mundo las adquirimos a través del lenguaje» (p. 13). Asimismo, han tomado como referencia la idea de Toby Clark, en la que, para comprender el discurso, se debe tener en cuenta el contexto histórico-ideológico-político en el que se produce.

La obra se compone de seis capítulos. El capítulo 2 se centra en la base histórico-política-cultural sobre la que se explicará la naturaleza de cada «máscara». Se expone una breve historia de Checoslovaquia, ordenada según periodos políticos y regímenes, desde los democráticos, hasta los no democráticos. Se trata del contexto general donde se apreciarán marcos políticos de mayor o menor intensidad de censura y opresión, según épocas y lugares. Los capítulos 3, 4 y 5 son el núcleo principal donde se examinan las diversas interpretaciones y significados ideológicos que se proyectaron sobre cada uno de los personajes estudiados, y en cada una de las diferentes etapas políticas que atravesó Checoslovaquia hasta su disolución en 1993. El capítulo 3 se centra en Picasso; el capítulo 4 en García Lorca; y el capítulo 5 en Ortega y Gasset. Cada uno de estos capítulos está estructurado en torno a las diferentes etapas políticas que atravesó Checoslovaquia. En tiempos democráticos o semidemocráticos (1918-1938; 1945-1948; 1948-1989), debido a la pluralidad de opiniones en los medios, cada texto seleccionado es presentado bajo la naturaleza ideológica del periodista, así como de la cabecera. En cambio, cuando los textos presentados se producen en tiempos no democráticos, se da por sentado que la ideología del autor y de la cabecera están en línea con la del régimen imperante, ya sea el nazi (1939-1945) o el comunista (1948-1989). Finalmente, en el capítulo sexto, se realiza un balance de los vaivenes de las diversas imágenes mediáticas de Picasso, García Lorca y Ortega y Gasset, a través de los sucesivos cambios políticos del estado checoslovaco. También se proponen algunas reflexiones producto de la perspectiva comparada alcanzada.

No es posible enumerar aquí cada uno de los significados ideológicos que representaron los medios en cada uno de los periodos –en torno a cada uno de los «tres mosqueteros», como los llaman los autores–, pero sí al menos señalaremos algunos trazos significativos. En Picasso vemos que, durante el periodo de invasión nazi, representaba para la propaganda imperante un pseudoartista criminal y pervertido; mientras que, durante el régimen comunista –en general, y sin entrar en los detalles que nos ofrece el libro–, el régimen usó su imagen como la de un héroe de la resistencia antinazi, un gran artista y un buen comunista. García Lorca es evitado durante el nazismo, pero durante el periodo comunista pasó a representar la figura de poeta revolucionario, víctima de la violencia fascista, comprometido con la izquierda. Ortega y Gasset, conocido ampliamente en Checoslovaquia a partir de la Rebelión de las masas –y su traducción al checo por Václav Černý al final de la Primera República– fue

usado tendenciosamente por los nazis checoslovacos como un visionario que anticipó el éxito de Hitler. Para los estalinistas, Ortega y Gasset era un enemigo peligroso, una imagen que se fue suavizando durante los años sesenta y la Primavera de Praga (1968), hasta que de nuevo con la Normalización pasó a convertirse en «un malvado seductor» (p. 250) o en «un defensor de la reacción fascista» (p. 260). La imagen negativa y distorsionada que el nazismo y el comunismo proyectaron sobre Ortega y Gasset, quedó neutralizada a partir de la Revolución de 1989 y la vuelta a la democracia, en la que se convirtió en un intelectual respetado.

Danza de Máscaras contribuye notoriamente al conocimiento dual de la sociedad checoslovaca y española, a través de un enfoque interdisciplinario, donde historia, política, arte y comunicación social se dan la mano para bailar sobre los sucesivos escenarios, al ritmo de los cambios políticos que revistieron la Europa del siglo XX. Contribuye así a desvelar lo que yace tras las máscaras con las que los variados juegos de poder intentaron disfrazar su mediocridad ideológica, especialmente durante los regímenes dictatoriales y su inigualable sentido de la deshumanización.

Daniel Esparza
(Universidad Palacký de Olomouc)

**Chovancová, Katarína – Mešková, Ľudmila – Krafčíková, Simona (2022),
Lexicalisation des noms des marques en français et en slovaque, Paris :
L'Harmattan, 232 p.**

L'ouvrage scientifique intitulé *Lexicalisation des noms des marques en français et en slovaque* a été publié dans la collection « Dixit Grammatica », dont l'objectif est de promouvoir des travaux de recherche universitaires centrés sur la langue française, y compris les études contrastives. Cette publication s'inscrit parfaitement dans le cadre de cette collection, car elle examine du point de vue linguistique la lexicalisation des noms de marques en français et en slovaque et compare leur degré de lexicalisation dans les deux langues en question. L'ouvrage est réparti en 5 chapitres principaux, suivis d'annexes présentées sous la forme de 50 fiches descriptives.

Le premier chapitre, « Les points de départ théoriques pour l'étude linguistique de la lexicalisation des noms de marques », nous présente logiquement le cadre théorique dont se sont servies les auteures en écrivant leur texte. Elles s'intéressent notamment au processus par lequel un nom propre devient un nom commun et intègre le lexique d'une langue concrète. L'analyse de ce processus nous paraît d'autant plus intéressante qu'il s'agit de noms de marques de produits commerciaux. Afin de construire ce cadre théorique, les auteures puisent leurs informations dans des ouvrages de référence slovaques, tchèques ainsi que français, ce qui leur permet de se pencher sur le problème donné d'une manière plus complexe.

Le deuxième chapitre, « Les noms de marques et le marketing », définit le concept de marketing et essaie de décrire son introduction en France. Les auteures tentent d'étudier quels sont les liens entre la culture et la marque dans une communauté socioculturelle réelle. Elles nous expliquent aussi comment la marque peut contribuer à la construction de l'identité culturelle. Il est à noter que les marques dépassent