

Historia cognitiva de las creaciones léxicas en el metalenguaje del periodismo en inglés y español

Adán Martín Dueñas

Universidad Fernando Pessoa Canarias
amartin@ufpcanarias.es

INTRODUCCIÓN

El periodismo es un ejercicio artístico. La elaboración de una noticia periodística, la redacción de un texto, el diseño de un título y la composición de toda la pieza informativa conlleva un ingrediente fundacionalmente creativo o poético,¹ es decir, generador de significados y sentidos. Esta misma creatividad, cimentada en lo conceptual y que detectamos en el aparataje lingüístico, es la misma con la que nos topamos en lo metalingüístico, es decir, en la verbalización de la jerga en torno a la actividad periodística, en el lenguaje técnico de la Información.

Este artículo trata sobre la organización cognitiva y semántica de los términos del argot del periodismo y las ciencias de la información desde la perspectiva de las Teorías Cognitivas del Lenguaje, en este caso aplicadas al metalenguaje de la disciplina. Nos proponemos explorar el origen de las palabras empleadas para aludir a las distintas actividades, productos y profesionales del sector, para revelar qué procesos conceptuales (de tipología metafórica, metonímica o de fusión léxico-semántica) se emplean para construir el lenguaje técnico del periodismo en tanto en cuanto disciplina.

Nuestro análisis está orientado hacia el trazado de las líneas etimológicas de un conjunto de lexicalizaciones elementales del periodismo (*periódico, periodismo, diario, newspaper, journal, journalism, daily...*) para avanzar hacia otros términos más específicos como *dateline* o incluso neologismos recientes del lenguaje de los medios (*biopic, infotainment*). Perseguimos realizar un recorrido en la historia de esas palabras para desvelar analogías, pero también contrariedades. Este estudio será de tipo comparativo y contrastivo entre la

¹ GUERRA, JUANI: «Poética cognitiva: (Con)figurándonos lo real», en Calero, María Luisa & María Ángeles Hermosilla (eds.), *Lenguaje, Literatura y Cognición*, Córdoba, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Córdoba, 2013.

terminología usada en español y el vocabulario anglosajón, que, en muchas ocasiones, procede de la misma fuente (el francés antiguo o el latín), pero que impulsa trayectorias de significado diferentes.

Para sustentar este proyecto, nos serviremos de las herramientas metodológicas de la Lingüística y la Semántica Cognitiva, en particular, la metonimia.² Principalmente, lo que intentaremos será desvelar qué modelos conceptuales de construcción de significados se están activando en las lexicalizaciones del metalenguaje periodístico. Se trata, en cierto modo, de «jugar» con las palabras para descubrir qué recursos conceptuales subyacen en el proceso de edificación del lenguaje técnico del periodismo como disciplina.

De forma preliminar, diremos que la gran mayoría de los vocablos van a presentar una historia metonímica, es decir, muchos de los constructos del argot de esta ciencia que nos atañe iluminan una conexión parte-todo. Un ejemplo muy representativo de esta etimología cognitiva lo vemos en el nacimiento de la palabra *gaceta* y sus equivalencias en otros idiomas (inglés y francés *gazette*, portugués *gazeta*, etc.), todas ellas originadas del italiano *gazetta*. Una palabra tan simple pero que ha llegado a nosotros tras una serie de cadenas metonímicas desde el siglo XVII. La *gazeta* en el dialecto veneciano era el nombre de la moneda con la que se compraba el pliego. Hasta ahí, tenemos una metonimia.² Se asocia el precio por el producto. Sin embargo, la moneda tenía ese nombre porque, en su cara, contenía la imagen de una *gazza* (urraca). Es más, según el *Online Etymology Dictionary*, la urraca puede ser símbolo de la acción de hablar, por lo que se añade a la acepción una metáfora³ que trae a colación el concepto del habla.

Otro término, ahora en el ámbito audiovisual, es el *parte* (véanse expresiones como *el parte de noticias*, *el parte meteorológico* en el lenguaje de los espectadores más veteranos de la industria televisiva, que contrastan con el sentido original del *parte* en versión escrita, como un parte médico, un informe policial, etc.). El primitivo *parte* en papel se ha reconfigurado metonímicamente para denotar al nombre del programa en que se «leen» y transmiten las noticias contenidas en el susodicho *parte*.

En definitiva, el metalenguaje de la actividad periodística, como todo el lenguaje en general y como todas las creaciones léxicas que vamos a repasar en esta investigación, son figurativas. Es decir, unen conceptos previos con nuevos, mediante mecanismos simbólicos de asociación predominantemente metonímica y también metafórica.

² RUIZ DE MENDOZA, FRANCISCO & JOSÉ LUIS OTAL: *Metonymy, grammar and communication*, Granada, Editorial Comares, 2002.

³ LAKOFF, GEORGE: «The Contemporary Theory of Metaphor», en Ortony, Andrew (ed.), *Metaphor and Thought*, Cambridge, Cambridge University Press, 1993, pp. 202-251.

GENERACIÓN DEL LÉXICO ELEMENTAL: METONIMIAS

La mayor parte de las lenguas europeas ha tomado un adjetivo para apodar el producto periodístico y comunicativo escrito que llamamos en nuestra lengua *periódico*. Desde ahí se han ido formando el resto de los derivados. Vamos a partir de tres categorías para poder dilucidar e ilustrar las trayectorias morfológicas y semántico-conceptuales de las distintas palabras que conforman la jerga técnica del periodismo. El esqueleto de todo el vocabulario puede resumirse en tres áreas: cómo referirnos al profesional, cuál es el nombre de la disciplina y, finalmente, cómo se denomina al producto (noticiario, diario, etc.). El siguiente listado (Tabla 1) muestra el conjunto de palabras o familia léxica que seguiremos como esquema en nuestra argumentación:

Tabla 1. Comparación de las familias léxicas

	Inglés	Español
Profesión	journalist	periodista (escritor periodista)
Disciplina	journalism	periodismo
Noticiario	no <i>journal</i> sino <i>newspaper</i>	periódico (papel periódico)

En español, el sustantivo *periódico* es, en realidad, un adjetivo temporal que ha adquirido el protagonismo separando poco a poco al sustantivo al que podría describir (*papel periódico, publicación periódica...*). Igualmente, como argumenta Checa Godoy (2010),⁴ el origen del término *periodista* está en la expresión *escritor periodista*. El vocablo que actúa como aposición ha ganado terreno frente al núcleo del sintagma. Es decir, en muchas lexicalizaciones y creaciones terminológicas, se ha recurrido de entrada a una operación de elipsis, de carácter metonímico, por vía de la cual una parte de la expresión ha prevalecido para denominar al todo.

El inglés ha apostado por una doble vertiente. Por un lado, como han hecho las lenguas románicas, ha reaprovechado el adjetivo latino *diurnalis* presente ya en el primitivo registro público de hechos, el *Acta Diurna* de la Antigua Roma. Se trata, nuevamente, de un adjetivo cronológico, que representa la regularidad o los intervalos de publicación, pero que por un proceso adaptativo de perfilación de significado ha asumido el sentido íntegro, desajándose del nombre *acta*. Por evolución fonética, parte de la raíz (*di-*) mutó

⁴ CHECA GODOY, ANTONIO: «La terminología periodística: sus orígenes y su consolidación», *Cuadernos de Ilustración y Romanticismo: Revista del Grupo de Estudios del siglo XVIII*, 16 (2010), pp. 1-10.

a su vez gráficamente, dando lugar a *journal* en francés, *giornale* en italiano, *jornal* en portugués, etc. En inglés, gran parte de la familia léxica procede de esta rama del árbol. No sólo los términos *journalist* (periodista), *journalism* (periodismo), sino otros neologismos como *journalese* (estilo lingüístico típico de los medios) o *jorno* (periodista) se sirven de la raíz.

Sin embargo, para apelar el noticiario, el inglés se ha inclinado por un compuesto: *news + paper*. Aunque parezca un término literal, esconde una metonimia, pues alude al soporte o medio a través del cual comunicar las noticias. De hecho, en inglés informal se puede decir perfectamente *paper* como acortamiento (metonímico) de *newspaper*. Más atrás, *paper* viene del griego por vía latina de *papyrus*, otra conexión de proximidad conceptual entre la hoja de papel y la hoja del papiro como planta egipcia de donde se obtenían las láminas para escribir. Por lo tanto, *newspaper* inaugura una nueva línea de significación diferente a la de *journal*, pero de forma semejante explota los mismos recursos de construcción conceptual que otros términos de la metalengua del periodismo.

DISONANCIAS LÉXICAS PRODUCIDAS POR EVOLUCIONES DE SIGNIFICADO

La desviación hacia otros dominios desde el tronco común *diurnalis* ha provocado que, tanto en castellano como en inglés, los cognados *jornal* y *journal* se hayan convertido en una especie de falsos amigos.

Como resultado, se han desarrollado redes léxicas con vacíos o lagunas en el proceso de categorización conceptual que es necesario retroalimentar trayendo vocabulario desde otros dominios. Lo veíamos anteriormente en la afinidad *journalism* (disciplina) – *journalist* (autor), que no continúa secuencialmente en *journal* sino que en inglés pasa a *newspaper*. El hueco dejado por *journal* se ha «rellenado» con *newspaper*. Podríamos afirmar que, en inglés, *journal* es algo así como la «oveja negra» de la familia porque ha supuesto la ruptura con la sistematicidad presente entre los demás elementos del set léxico (*journalist*, *journalism*...).

Estas lagunas en las familias léxicas de la terminología metalingüística del periodismo tienen su origen en especializaciones semánticas, es decir, en desviaciones de significado que han conseguido que un término se re-categorice conceptualmente y pase a llenar otro hueco en una nueva red semántica. Es decir, abandona la familia léxica alejándose semánticamente de ella con un nuevo significado, más restringido que el estándar que le dio pie inicialmente.

El término *journal* no nos sirve por defecto para referirnos a un periódico tal y como lo entendemos en español. En cambio, el término se

ha concretizado en una publicación periódica pero no periodística. Casi siempre un *journal* es una revista especializada, una colección de artículos científicos con cierta periodicidad (por ejemplo, *The American Journal of Medicine*). Un paralelo de *journal* en este sentido es *review*, visible igualmente en títulos de revistas de sociedades científicas (*Annual Review of Psychology*). Como tercera opción aparte de *journal* y *review*, también en inglés se emplea el adjetivo sustantivizado *periodical* para clasificar a este tipo de publicaciones divulgativas regulares en el tiempo de las distintas asociaciones o comunidades científicas en el marco de sus correspondientes disciplinas.

Cierto es que *journal* en muchos diccionarios se traduce como «diario», pero no en el sentido periodístico. Más bien, un *journal* es una transcripción de eventos, experiencias, sucesos... Por ejemplo, en el sector de la nutrición, hay pacientes que, para organizar su dieta, llevan a cabo un registro de alimentos o un cómputo de calorías, un *food journal* (o *food diary*) en inglés. Es decir, el *journal* es un *diary* pero no un *daily*. Otras muestras en inglés de esta acepción son: el *journal* donde un empleado registra sus horas de trabajo, o el *personal journal* como el libro de la vida de alguien, entre otros.

Solo de forma muy excepcional encontramos *journal* como sinónimo de *newspaper*. El diccionario *Merriam-Webster* así lo indica en su entrada para este vocablo: «*journal*: a daily newspaper — usually used in titles». Quizá, de hecho, estamos ante una suerte de cultismo arcaizante en los títulos de periódicos (*The Wall Street Journal*). A veces, las publicaciones con el distintivo *Journal* son menos generalistas, como sería el caso del *Wall Street Journal*, rotativo con contenido por excelencia de carácter financiero, por lo que se cumple el criterio de especificidad que observábamos en los *journals* académicos. En otras ocasiones, la inclusión de *Journal* en el título de un diario va precedida de *News* (*Longview News-Journal* en Texas, EEUU), por lo que, más que *journal* como «periódico», apunta a su significado en tanto en cuanto «registro de noticias».

En español, la idea del *jornal* se aleja muchísimo de su homólogo inglés. Aunque el vocablo *jornal* preserva el componente conceptual de «periodicidad», simplemente activa otro dominio mediante una proyección metafórica, el del dinero (o incluso metonímicamente, pues el jornal equivaldría al salario correspondiente por el día trabajado).

Sean metáforas o metonimias temporales, ni el español *jornal* ni el inglés *journal* son términos que hayan encajado en el argot de las Ciencias de la Comunicación para hacer alusión a un periódico sin más, como sí se ha convencionalizado en otras lenguas cercanas.

CONFIGURACIONES TEMPORALES METONÍMICAS EN NOMBRES DE PUBLICACIONES

Uno de los fenómenos más comunes que hemos detectado ha sido el empleo de la metonimia a la hora de analizar tanto los sustantivos genéricos para designar a una publicación como en los títulos de periódicos. No existe una consonancia exacta entre el inglés y el español, pero sí una similitud en cuanto a los procesos de generación de nombres. Por esta metonimia nos referimos principalmente al uso del léxico adjetival del tiempo para denominar a una publicación, mediante la cual se produce una elisión del sustantivo y, en consecuencia, una sustantivación del adjetivo que lo acompaña.

Anteriormente estudiamos el caso del *periodical* inglés y el *periódico* español, pero el ejemplo clásico lo tenemos en la pareja *diario/daily*, prácticamente con idéntico funcionamiento en lengua inglesa y española. El adjetivo indicador de frecuencia *daily* se ha nominalizado para designar a la publicación. En títulos de periódicos en inglés puede aparecer como adjetivo, con mayúscula inicial (*Daily Mirror*, *Irish Daily Star*), pero también se ha transformado en sustantivo genérico como sinónimo de *newspaper*. En cuanto al español, la mecánica es análoga: *diario* es adjetivo, pero puede obrar como sustantivo (véanse periódicos como *Diario de Avisos* o *El Diario Vasco*).

Prácticamente todo el vocabulario para bautizar los periódicos contiene una referencia al concepto de temporalidad, en particular, a la noción de recurrencia. En este punto, el inglés y el español difieren en lo referente a la transición de adjetivo hacia sustantivo. El binomio más corriente *daily/diario* son paralelos. Sin embargo, otros términos que denotan la repetición temporal no simultanean indistintamente su función como adjetivos y nombres.

A continuación, la Tabla 2 recopila cuáles de los descriptores de periodicidad han progresado metonímicamente hacia sustantivos denotativos de la publicación en sí. Sólo hay que buscar en las casillas del gráfico los «noes» para identificar rápidamente en qué términos existe una discrepancia entre la función adjetival y la nominal. Complementariamente, en los casos en que se ha encontrado, hemos agregado información sobre el año cuando se atestiguó el primer uso conocido de la versión sustantivada en cuestión, tras cotejo pertinente con los datos diacrónicos volcados desde varios diccionarios (*Merriam-Webster* para inglés y *Diccionario Etimológico Castellano En Línea* o *DECEL* para español) así como la información facilitada en el artículo ya citado de Checa Godoy (2010) sobre el origen de diversos términos periodísticos.

Tabla 2. **Sustantivación de adjetivos temporales para designar a una publicación**

Indicador de periodicidad	Vocablo	Adjetivo	Sustantivo
Recurrente	<i>periódico</i> (como sinónimo de «noticiero»)	Sí	Sí (1833)
	<i>periodical</i> (como «publicación científica»)	Sí	Sí (1798)
Cada día	<i>diario</i>	Sí	Sí (1850)
	<i>daily</i>	Sí	Sí (1754)
Cada semana	<i>semanal</i>	Sí	No
	<i>semanario, semanero</i>	No	Sí (1825)
	<i>hebdomadario</i>	Sí	Sí (1758)
	<i>weekly</i>	Sí	Sí (1833)
Cada mes	<i>mensual</i>	Sí	No
	<i>monthly</i>	Sí	No
Cada cuarto de año	<i>trimestral</i>	Sí	No
	<i>quarterly</i>	Sí	Sí (1818)

Otro ejemplo de conceptualización temporal no necesariamente vinculado a la noción de recurrencia es el uso de sustantivos como *time* para titular a una publicación. Prevalece la famosísima revista *Times* y otros periódicos extranjeros como *The New York Times*, *The Sunday Times*, *Financial Times*...

Aquí queremos traer a colación un ejemplo local de lexicalización en español que también emplea un homógrafo del *time* inglés. Hablamos del periódico canario *El Time* (históricamente, el primero de la Isla de La Palma), pronunciado [time] y no a la inglesa [taim]. El sustantivo *time* es un guanchismo geográfico, un canarismo de procedencia bereber con el significado de «acantilado». Sin embargo, es posible que no se trate de una falsa etimología sino de un anglicismo intencionado o, si se quiere, de una fusión conceptual entre el vocablo canario y los títulos de tantas publicaciones internacionales que incorporan el sustantivo *Time(s)*. Incluso, la tipografía que encontramos en la versión digital del medio palmero parece evocar el convencionalismo de otras publicaciones extranjeras (Figura 1).

Figura 1. **Tipografía comparada del periódico digital *El Time* (La Palma, Canarias)**



OTRAS CREACIONES LÉXICAS

Desemantizaciones

En otros momentos de la generación de un vocablo nos topamos con otro fenómeno de evolución de significado que llamaremos «desemantización» o pérdida de significado. Es un procedimiento, digamos, opuesto al anterior. Más que una emergencia de significado estamos ante una disminución o, al menos, ante otro desvío de la trayectoria de significado (similar a lo que explicábamos en un apartado previo).

Pongamos un ejemplo. En inglés nos gustaría señalar el cambio de significado que ha sufrido un término como *dateline*. El esqueleto tipográfico de una noticia periodística en inglés se compone de elementos que acaban en *-line*: *byline* (indica autoría), *headline* (titular, encabezado), etc. En una revista el titular es el *coverline*, otro tecnicismo con la misma terminación. Por el contrario, el término *dateline*, literalmente «línea de fecha», más bien alude al lugar donde se desarrolla la noticia y no tanto a su marco temporal. La inmediatez de la prensa a menudo hace innecesaria la referencia cronológica. O sea, ha habido un empobrecimiento semántico, una difuminación y salto a otro sentido (en nuestra opinión, de índole metonímica, pues tiempo y espacio están inherentemente unidos en la comunicación de un suceso a nivel conceptual). Las siguientes imágenes (Figura 2) muestran un *dateline* con fecha y lugar comparado con un *dateline* sin fecha, lo cual evidencia las dos conceptualizaciones del término.

Figura 2. El *dateline* inglés

By PETER FINN
Washington Post Foreign Service

MOSCOW, Aug. 8 — Russia launched air-strikes Friday deep inside Georgia and mobilized columns of tanks after Georgian forces embarked on a major offensive to reassert control over South Ossetia, a separatist province. Political leaders on both sides said that war had begun. The United States, an ally of Georgia, and other governments appealed for a cease-fire.

Golf tournament in financial bind with Verizon planning to quit being sponsor

By JOSH McCANN
The (Hilton Head) Island Packet

HILTON HEAD — With the search on to find a new title sponsor after the 2010 tournament, Verizon Heritage officials hope the local community will help shoulder the burden during a lean economy.

Compuestos y yuxtaposiciones léxicas

En este último apartado, nos gustaría aludir a un fenómeno que se está dando para nombrar a los nuevos géneros en el ámbito de la comunicación. Se trata de nuevas acuñaciones que conjugan dos ideas mediante un proceso de *blending*⁵ o mezclaje conceptual.

Si se está produciendo una emergencia de géneros novedosos en los medios al combinar tipos de productos de antaño, es razonable pensar que el lenguaje está reflejando esta tendencia. Creamos nuevas categorías léxicas a partir de las ya existentes para poder explicar nuevas realidades en la producción de contenidos periodísticos y audiovisuales. Primordialmente, son términos en inglés, aunque muchas veces se calcan en castellano, como *advertorial*, nacido de la unión de *advert* ‘anuncio’ + *editorial*, un tipo de publicidad que a simple vista parecería una noticia periodística (también existe en español *publirreportaje*).

La adición de *info-*, que es la abreviación de *information/información*, ha hecho surgir sustantivos como *infomercial* (una forma de televenta basada en anuncios más largos que los convencionales y con un enfoque muy explicativo) o el par *infotainment / infoentretenimiento* (la unión en los medios del objetivo divulgativo con el recreativo), neologismos introducidos a finales del siglo XX.

Más antiguos son los compuestos con el prefijo *tele-*, que normalmente se conjugan con términos naturales de prensa escrita pero que tienen sus correlatos en formato televisado: *telenoticias*, *telediario*. En resumidas cuentas, mecanismos de derivación y composición que yuxtaponen raíces distintas resultan totalmente compatibles y son generadores de un artificio nuevo en la profesión periodística.

Aparición de duplicidades

Finalmente, y de forma breve, deseamos mencionar que, aparte de la motivación lingüística y conceptual per se, en ciertos contextos, recurrir a una palabra u otra cuando queremos nombrar una realidad de la industria de los medios se debe a otras razones muy diferentes. No obstante, igualmente la lengua y el «lexicón» de la jerga periodística quedan enriquecidos con una mayor variedad léxica.

Un ejemplo de ello son los diversos nombres de programas de televisión con que los medios se refieren al mismo producto comunicativo (*Informativos Telecinco* vs. *Antena 3 Noticias*). Naturalmente, no solo se trata de inocentes

⁵ FAUCONNIER, GILLES & MARK TURNER: *The Way We Think: Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities*, New York, Basic Books, 2002.

elecciones léxicas, sino que a menudo vienen ocasionadas por cuestiones legales de propiedad. Cada cadena emplea en el título de su contenido una palabra común diversa, abriendo paso a múltiples sinónimos (*noticiario, teleticias, telediario, boletín informativo...*).

CONCLUSIÓN

El análisis efectuado ha tornado visible el bagaje cognitivo, semántico y conceptual que comporta el uso de determinados vocablos en el metalenguaje de las Ciencias Informativas y de la Comunicación, desde sus acepciones originales hasta sus sentidos más modernos en el Periodismo actual.

Con esta contribución, hemos querido ahondar en el ingrediente artístico de la formación de categorías léxicas en el marco de la jerga del sector. Sobre todo, se ha demostrado que las acuñaciones son siempre creativas cognitivamente. Los productos, ideas y conceptos que van surgiendo en la disciplina se van nutriendo de otros dominios.

La lengua y, por ende, la comunicación discursiva casi siempre es figurativa y pocas veces literal. No hay escapatoria al uso de metonimias, metáforas y *blends*. Ni siquiera el lenguaje técnico se salva de este rasgo, pues también el léxico empleado para explicar fenómenos de la realidad desde un punto de vista teórico está poblado de estas operaciones conceptuales. En definitiva, representamos realidades nuevas estructurándolas a partir de las ya conocidas.

El lenguaje periodístico se visibiliza entonces como algo en constante modificación y adaptación a nuevos formatos y realidades que es preciso nominar, pero los cambios semánticos no son azarosos, sino que los procesos de formación de tecnicismos están organizados y tienen una fundamentación conceptual de interrelación entre categorías familiares. La terminología no es meramente una invención, sino que obedece a una motivación cognitiva, agarrada de operaciones simbólicas de índole metonímica, metafórica, de extensión y reducción semántica y de unión de conceptos anteriores.