

Origen y etimología de las palabras o por qué las verduras se llaman así



EL CANDIDATO MELANCÓLICO

José Antonio Millán. RBA.
168 páginas. Precio: 15 euros.

He aquí un entretenido libro que nos explica la etimología, el origen de muchas palabras en 15 capítulos y una conclusión. Las palabras han viajado desde el pasado hasta hoy y lo siguen haciendo para cambiar siempre. Averiguar lo que significan y lo que significaron antes de significar lo que ahora significan, este es el meollo del libro. Un trabajo de filólogo que acomete la unidad más pequeña y esencial del lenguaje, la palabra, para encontrar la base primordial del significado de cualquier comunicación,

que nos distingue como humanos capaces de intercambiar conceptos y realidades por medio de las palabras.

Cada palabra lleva sobre sí el rastro de milenios de lenguas mezcladas unas con otras. La historia de las palabras es la historia del mundo. “La arqueología del viento” en la transmisión oral cuando inicialmente no hay vestigios escritos. Nos habla el autor de los colores, el sonido, la lengua madre, el cuerpo, largos viajes, el alma equivocada, el disco como ejemplo del cambio del mundo que también cambia las palabras, el golpe y sus múltiples acepciones, ese preciso lugar, mejor no lo digo, lo grande y lo pequeño, los nombres del nombre, la carpintería lingüística, las partes y el todo, el mecano heleno, las palabras de la red, y una conclusión. “Prácticamente no habrá ninguna palabra que signifique ahora lo que quería decir cuando nació”.

Cada palabra en su viaje por el tiempo a través de los pueblos, las len-

guas y las culturas ha ido creando el mosaico colectivo de las palabras siempre cambiante. Cualquier diálogo, información o aproximación a la realidad se produce con la palabra. El discurso se construye con el significado, inexistente sin la palabra ritualizada y consensuada por el uso, y refrendada en el 'dogma' siempre cambiante de los diccionarios, que las relacionan y nos cuentan qué contienen por medio de palabras esa realidad de cada palabra. Millán, en su amena y curiosa exposición, nos acerca al origen, entre otros, de ese "candidus blanco brillante" o candidato de Roma de toga blanca con "bilis negra", la melancolía, y nos acompaña para que visitemos a "los antepasados" significativos de muchas palabras.

Las verduras se llaman así porque son verdes. "Cervesia" de los romanos que tomaron el nombre de los celtas "del color del ciervo". Las palabras también son onomatopeyas. Orondo, Crac, ay, kikiriki el gallo (también el protagonista del *Ángel Azul*), toc toc, tocando la puerta. Chistar vendría de mandar callar ante el relato de un chiste obsceno contado

en voz baja. Vaivén. Zigzag. Si las palabras son mudas, aunque hablen, a veces parecen sonoras. Las palabras de boca en boca, de generación en generación, durante siglos, se transmiten de una lengua a otra.

Un escritor anónimo del XVI dijo:

"Cada día dejamos unos vocablos e inventamos otros nuevos, de tal manera que cada cincuenta o sesenta años parece que es otro lenguaje nuevo". En el siglo XVIII Lorenzo Hervás quiso resumir la variedad lingüística. Tradujo 63 palabras a 150 idiomas. Herederos de la Torre de Babel. Nuestra actual lengua proviene del indoeuropeo de hace 6.000 años, así como ocurre con el inglés y el ruso. ¿Hay una lengua común de la que descenden todas las demás? Pues no. Variedades de una misma canción para comunicarse. Griego, latín, que nos trajeron los romanos, pero ya había celtas e iberos. Húngaro, árabe, hebreo, chino, indígenas de América, Oceanía, no indoeuropeos. Muchas palabras en constante evolución. Se crean nuevas palabras por cambio de significado de las antiguas. El cuerpo es un referente para muchas palabras que ha-

El discurso se construye con el significado, inexistente sin la palabra ritualizada y consensuada por el uso, y refrendada en el 'dogma' siempre cambiante de los diccionarios.

cen metáfora –que viene del griego cambiar de lugar– de la realidad. Visión, pie de página. Largos viajes de las palabras.

Del griego al árabe “sandía” de sandiyya natural de Sind Pakistán. Alirón grito árabe “al i’ilan” anuncio, anuncio. Muchos vocablos provienen del pueblo árabe, ya que aquí estuvieron del siglo VIII al XV. Nos habla el autor que las palabras circulando las hacemos nuestras, como “goal” transformada en gol. Santiamén viene de “Spiritus Sancti, Amen” Un poeta del XVII dijo “con los tragos del que suelo /llamar yo néctar divino, a quienes otros llaman vino/ porque nos vino del cielo”, hablando del alma equivocada de las palabras. Dice el autor de, “making of”, “creación de” y se ve escrito “making off”, pues claro, al ser la creación de lo creado por fuera, el rodaje del rodaje. Al autor le da mucho juego el disco, en todo un capítulo, desde el Discóbolo hasta el disco compacto. Disc jockey, pinchadiscos y tocata. “Y entonces me dio una torta”. Las lenguas cambian para ganar en riqueza y precisión. Todo un golpe capitular para saber de casi medio millón de sustantivos y 100 verbos especializados de golpe. Cachete. Golpe y zona que lo recibe. “Cachas” o “las dos piezas que forman el mango de la navaja”.

Paliza de quitar el pelo a las pieles. En ese preciso lugar nos habla de las palabras que se desgastan por el uso. Desde la Latrina del XIII al WC. El ico-

no como eufemismo último. Dice Baroja, en 1940, en sus *Memorias* que “cuando yo era chico, a ese sitio reservado de la casa se le llamaba común; luego excusado, y después retrete. Ahora en el Puente de Vallecas y en el Estrecho, se dice wáter”. Bueno tiremos de la cadena, aunque se apriete un botón. Escribir con pluma aunque ningún ave nos la proporcione.

“En mejor no lo digo”, el autor nos habla de las formas alternativas para decir las cosas delicadas. Tacos. Jolines por no decir joder. Recoge un dicho inglés, “los caballos sudan, los hombres transpiran, las mujeres brillan”. Los seguros de muerte son seguros de vida. No se dice “usted está robando” se afirma “creo que no ha pasado por caja”. Deslocalización por no hablar de cierre. Desde mi hombre, mi compañero, mi pareja, mi chico, mi amigo, hasta Alberto o Ana sin más. Acaba la historia del viejo debate si es la realidad la que influye en el lenguaje, o viceversa, diciendo que “la lengua funciona por sufragio universal, y las palabras sólo ganan por mayoría absoluta”. En grande y pequeño nos recuerda que la historia de las palabras es semejante a los organismos vivos, la evolución raro es que descarte elementos. Aletas en el delphin. Lo mismo para aumentativos y diminutivos, aunque estos últimos han originado más palabras. Aún así, “lamparón” es “mancha de la ropa, sobre todo de grasa”.

En los nombres del nombre, lugar

o persona, Rocambole, ladrón francés que dio “rocambolesco”. Mecenas, el consejero del emperador Augusto y protector de las artes se hizo “mecenas”. Michelin “pliegue de grasa en el cuerpo” hasta yogurines, bollicaos y toda una evolución lingüística pasando por el gimnasio del uso de la costumbre asociativa de las palabras. Más allá del bien y del mal la carpintería lingüística es un sistema para producir nuevas palabras a partir de las antiguas. Sufijos y prefijos hasta el “piso-patera” o corre ve y dile hasta “correvedile”. Según Monterroso, escritor de lo breve, sólo hay tres temas, el amor, la muerte y las moscas, que han dado mucho juego literario. “Tragaldabas” es un “tragón”, aldaba del árabe “dabba” pestillo y antes “lagarta”, dice Millán que ya sería comer.

“En partes y todo”, una palabra que significa una parte de algo da nombre a todo ese algo. La propina “regalo de bebida” pasa a significar en general regalo. En el mecano heleno, nos habla de que si se quiere inventar un término nuevo muchas veces se acude al griego. Fobofobia, miedo al temor. En las palabras de la red pescamos la raíz indoeuropea “erd” igual a separar o eremita “rete” en latín cuerdas separadas. Concluye que hay un tejer y destejer colectivo de las palabras en el tiempo. Confiesa que ha hecho su libro con 31.000 palabras, 5.500 españolas diferentes, de esas el 93% vienen del latín, el 3% del

árabe, el 1% del griego y las demás del ibero, malayo, turco e hindi y unas 500 de otras lenguas. El diccionario de la RAE tiene 90.000 palabras. Las palabras diríamos, que, son fuegos artificiales eternos de generación en generación de la vida que nos van salvando de la muerte, aunque “la parca” acabe con todos. Un testimonio vital de la esencia caduca del ser. Por eso ver los orígenes de las palabras es interesante, como leemos en este libro, pues cambian y así viven.

Actualización de una magnífica obra para que el mundo digital hable español



DICCIONARIO LID DE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

VV. AA. LID Editorial. 544 páginas. Precio: 29,90 euros.

Siete años después de haberse publicado inicialmente, llega la cuarta edición de este *Diccionario LID de tecnologías de información y Comunicación*. Abarca un sector tan nuevo y tan en continua transformación que nuevas ediciones se hacen indispensables para que la obra pueda tener la utilidad que ofrece. De hecho, desde la terce-

ra edición, publicada en enero de 2006, hasta ahora, se han añadido al diccionario 2.000 términos nuevos y se han quitado muchos que habían quedado ya obsoletos. En total, la obra define 10.000 términos de nueva economía, medios de comunicación, informática, Internet, telecomunicaciones fijas y móviles, almacenamientos y bases de datos y tecnologías de cuarta generación. Es decir, todo aquello relacionado y que hace posible el mundo digital y cada vez más virtual que vivimos. Es por lo tanto este diccionario una herramienta de gran utilidad para profesionales especializados de estos sectores, pero también lo es para todo aquel que quiere tener una 'base de datos' cercana donde poder comprender a qué se refieren algunos conceptos del mundo electrónico o cuál es su traducción.

Marcelino Elosua, licenciado en Empresariales y Sociología, y Julio Plágaro, ingeniero de Telecomunicaciones y Sistemas, son los directores de un multidisciplinar equipo que cuenta en total con 12 autores. Ellos son los responsables de un trabajo que surge, como explican, "ante la in-

vasión de términos norteamericanos en el sector de la Nueva Economía, y, lo que es peor, la falta de precisión en su utilización".

Aquí radica, sobre todo para los medios de comunicación, uno de los mayores aciertos de este trabajo, y es

que ante todo busca introducir el español en los lenguajes cotidiano y profesional de las nuevas tecnologías, un territorio prácticamente vetado para las palabras propias y plagado de extranjeros y neologismos procedentes, la mayoría, de Estados Unidos. "Pensamos que, en la mayoría de los casos, hay ya una palabra española que significa o que convencionalmente puede significar el concepto deseado", añaden los autores, quienes completan su planteamiento del trabajo afirmando que, además, quieren "refutar el argumento de que el uso de palabras de otro idioma facilita el diálogo y la transmisión de conocimientos".

De esta manera, este *Diccionario de Tecnologías de Información y Comunicación* debería ser para el periodista que trabaje estos sectores una visita obligada antes de sembrar las informaciones de cursivas con términos ingleses. Esta



Una 'base de datos' cercana donde poder comprender a qué se refieren algunos conceptos del mundo electrónico o cuál es su traducción.

obra permite encontrar alternativas en español y definiciones para no tener que emplear siempre los neologismos, aunque no se cierra en banda a estos y las palabras que no tienen traducción al español, evidentemente, mantienen su nombre original.

Realizado con un enfoque más práctico que académico, buscando la utilidad en el día a día más que establecer teorías y sellar conocimientos, el diccionario está planteado con dos partes. En una primera vienen definidos los términos en español, junto a la traducción de la palabra española en inglés (con la diferenciación marcada si no es igual en Norteamérica y Reino Unido), francés y alemán. La segunda parte, porque uno puede tener el término en inglés y no saber cómo se dice en español y por lo tanto no poder buscar su definición, es la traducción de cada término de cada idioma (inglés, francés y alemán) al español.

El periodista que se pregunte hasta dónde puede llegar la utilidad de esta obra para él quedará convencido desde la primera letra, pues una de las primeras definiciones que se pueden encontrar es “a caja”, concepto de sobra conocido en publicaciones impresas.

Sorprenden, eso sí, algunas traducciones, que quizá lleguen ya tarde a una lengua española que ya se ha quedado con la palabra inglesa. Propone por ejemplo esta obra llamar al conocidísimo byte llamarlo octeto (como,

de hecho, figura en el DRAE y es lo correcto). ¿Pero quién habla hoy de la capacidad de un disco duro diciendo tiene 100 megaoctetos? Sin embargo, es indudable su interés para conocer el término correcto que debería emplearse. Y este es sólo un caso. En 10.000 definiciones, y de un mundo tan nuevo como éste, hay para mucho.

Se completa el diccionario con unas breves páginas al final, como glosario, de lenguaje de blog. De gran valor para saber quién es quién o qué es cada cosa en este nuevo escenario de comunicación que ofrece la Red. Ahí figuran todos los términos e ideas que conforman la ya conocida blogosfera o la menos (aunque es lo mismo) llamada blogocosa.

Manual de trabajo para noticias, reportajes documentales en televisión



EL REPORTERO EN ACCIÓN

Jaume Vilalta i Casas.
Universidad de Barcelona.
246 páginas. Precio: 18 euros.

“En este libro estamos ya camino del almacén para buscar la cámara...”, explica Jaume Vilalta i Casas al comienzo de esta obra. Lo dice porque es el segundo que publica, para completar

con técnica y práctica la parte más teórica de su primer libro, *El espíritu del reportaje*. Este periodista y reportero ENG, de larga carrera en medios como TVE, Canal + y, sobre todo, Televisión de Catalunya, es además profesor de reporterismo en las universidades Pompeu Fabra y Ramón Llull. Y esto se nota en el libro, planteado y desarrollado como un buen manual para sus alumnos sobre cómo hacer un reportaje. El libro es, no obstante, un inmejorable vehículo para que los neófitos se acerquen de forma práctica al trabajo de los reporteros de televisión y descubran las claves de su labor y el porqué de los contenidos que después ven en el televisor. Y, por último, también para el lector experto en este campo tiene miga, pues Vilalta i Casas plasma en todo momento su experiencia, su forma de trabajar, sus trucos, su visión del reporterismo de televisión, lo que permite establecer un debate con las páginas que seguro será productivo.

“Un reportaje es, por definición, una obra imperfecta que se ha hecho de la manera más perfecta que se ha podido”, apunta el autor en las pri-

meras páginas. A partir de esta declaración de principios, deshace el reportaje para ir analizando todos sus aspectos formales: contenido, forma, tiempos, edición...

“La separación entre contenido e imagen es inadmisibles”; “los temas que no interesan o mal tratados no dan en la diana de la audiencia”; “hay que pensar en imágenes: ¡cuántos reportajes hemos visto que basan el discurso únicamente en el texto, sin tener en cuenta el conjunto de la narración audiovisual!”... Éstas son algunas de las advertencias que da el reportero a sus alumnos/lectores, como algunas de las claves que marcarán el futuro de un reportaje en cuanto a contenido.

Es interesante, porque todos estamos al otro lado del televisor, ver cómo cambia el reportaje según su duración, y cómo es el espectador, aunque lo desconozca, parte responsable de ese cambio. El tiempo mínimo, plantea Vilalta i Casas, para un reportaje debe de ser tres minutos, “menos es una temeridad”. A partir de ahí, los que llegan hasta los 7 minutos no cansan al espectador, porque no debe suspender sus actividades para

Un inmejorable vehículo para que los neófitos se acerquen de forma práctica al trabajo de los reporteros de televisión y descubran las claves de su labor.

verlo. De 7 a 12 minutos requieren ya de más disposición por ambas partes, del reportero, por elaboración, y del espectador, por tiempo y atención. Cuando se superan los 12 minutos, ya es necesario primero captar la atención y después tener mucho cuidado para no perder al público. A partir de 30, el reportaje se plantea “como una pequeña película” y hay que tener siempre en cuenta “que el espectador te está dando casi una hora de su tiempo y no puede quedar nada colgado”.

Otro capítulo interesante del libro/manual del veterano reportero es el que habla de un “contrato con la audiencia”, y que son ciertas ‘normas’ básicas que el periodista debe respetar y seguir para hacer un buen reportaje. Según detalla, algunas de ellas son: saber que el público entiende todo, pero sólo si se le da pistas; meter una acción en cada escena, una idea por secuencia y un discurso por reportaje; la gradación debe de ser de sorpresa inicial, intriga creciente y resolución contundente; y, muy importante y error frecuente en todos los sectores de la profesión, comprender que el “ya se entiende es igual a NO se entiende”.

Estilos, trucos de rodaje, cómo hacer entrevistas, arranques, despedidas, rodajes en directo, diferentes recursos... Todo aparece explicado sencillamente y de forma muy práctica en el libro, que deja claro, eso sí, al estilo de los viejos y famosos axiomas del periodismo, que lo importante es “no volver nunca sin un reportaje. Si no traes caza, trae pesca”.

Cierra el reportero su libro con un capítulo dedicado a las cuestiones de ética que quizá hubiera merecido más desarrollo, ejemplos y explicaciones, sobre todo en una época en la que se han vivido (véase el 11-S) grandes e importantes casos sobre exhibición de imágenes o tratamientos de temas. El libro apunta algunos aspectos de comportamiento que el autor da como buenos (no intentan ser norma de actuación) y deja con hambre con algunos comentarios como el que hace referido a las cámaras ocultas: “Los oportunistas se han apresurado a apropiarse de la estética y del lenguaje de la cámara oculta”. Se echan quizá en falta más nombres, más ejemplos y un poco más de fondo, para que el manual, además de ayuda para sus alumnos, sea también una herramienta para ver el ‘telediario’.

