

En torno a la Onomástica Industrial en el español de Lima

Augusto Alcocer Martínez
Departamento Académico de Lingüística

Sobre el título del presente trabajo los especialistas han intentado variedad de términos: Julio Casares (1959: 282-285) la denominó “tecnicismo de las industrias”; Gunther Haensch *et al.* (1982: 416) acuñó el nombre “palabra marca”; el DRAE (1992) “marca registrada o nombre comercial”. La francesa Jossete Rey-Devobe (1971: 88, 89) habla de “noms de marques” para el brasileño R.F. Mansur Guérios (1971) en cambio se trata de “oniônimos”. En el Perú, Martha Hildebrandt (1998: 156) utiliza el rótulo de “marcas de fábrica” y finalmente Miguel Ángel Ugarte (1997) opta por “palabras comerciales”.

El trabajo se ha propuesto:

- a) Recopilar materiales lingüísticos de uso peruano (fundamentalmente de Lima) en la gran prensa limeña, en la narrativa literaria y en las *Páginas Amarillas* de la *Guía Telefónica*.
- b) Señalar las peculiaridades de su empleo tanto en la comunicación oral como en la escrita.
- c) Formación y productividad de esta Onomástica.
- d) Contribuir al establecimiento de una caracterización del diasisistema peruano.

Se advierte que el presente estudio no es una tradicional lista de palabras ordenadas alfabéticamente; no es en sentido estricto una terminología; por último, tampoco se detiene en un asunto que toca nuestra identidad y a la vez resulta de enorme importancia para nuestra economía: La denominación de origen de productos ancestralmente peruanos.

BREVE ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURACIÓN DEL SIGNIFICADO

Entre la variedad de modelos existentes para el análisis de la estructuración del significado elegiremos por adecuada la Teoría de los Campos Semasiológicos y C. Onomasiológicos (Kurt Baldinger. 1970)¹.

La Onomasiología representa la fase de las designaciones, al modo que la Semasiología encarna la fase de las significaciones. Un campo onomasiológico abarca todos los significantes: designaciones, nombres, etc. de un significado dado (según el *Diccionario* de F.C. Sáinz de Robles "delicado" se representa con cincuenta nombres)².

Al contrario, un campo semasiológico comprende todos los significados posibles que pueda contener un determinado significante (el mismo Sainz de Robles demuestra que "*pie*" cuenta con veintiocho significaciones diferentes). De lo expuesto, se desprende que la Onomasiología y la Semasiología constituyen dos tipos de enfoque del fenómeno léxico-semántico, opuestos y a la vez complementarios.

Como apunta K. Baldinger, según la Teoría de la Comunicación: "la Onomasiología divisa los problemas desde la posición del que *habla*, de aquel que debe escoger entre diferentes medios de expresión (¿Cómo se llama...?). La Semasiología enfoca los problemas desde las perspectiva del que *oye*, del interlocutor que debe determinar la significación de la palabra que él entiende dentro de todas las significaciones posibles (¿Qué significa...?)

¹ Kurt Baldinger (1970). *Teoría semántica*. Aguilar. Madrid.

² Federico Sáinz de Robles (1981). *Diccionario español de sinónimos y antónimos*. Aguilar. Madrid.

LA ONOMÁSTICA INDUSTRIAL

Perfilado *grosso modo* el sustento doctrinario en las líneas anteriores se hace necesario saber que se entiende por Onomástica, ciencia que ha visto considerablemente ampliado su campo de estudio³ en la Rusia actual, al conjunto de nombres propios de una lengua. Por considerarlo pertinente el autor se reducirá a tratar sólo dos aspectos clásicos de la disciplina, primero: **La Antroponimia** que se ocupa de los sustantivos propios que en una comunidad se aplican a los individuos integrantes, para distinguirlos unos de otros. Generalmente una persona se identifica mediante dos o más vocablos que forman una locución, el nombre de pila o nombre propio y el apellido. También se consideran los patronímicos, los apodos, el pseudónimo, el nombre clandestino, el sobrenombre, etc.; el segundo, **la Toponimia** cubre los nombres propios de lugares o accidentes geográficos, su estudio ha sufrido una alza en el Perú; los topónimos, refractarios a las alteraciones fonéticas, se mantienen sin mayores cambios, por esta razón son los que mejor testimonian las influencias extrañas que puedan ocurrir en una lengua.

En conclusión, para llegar a una definición del concepto me auxiliaré del autor Mansur Guerios (1971: 181)⁴ y deberá entenderse “como el nombre propio de producto comercial o industrial”; en otras palabras, en el contexto o frase lo que distinguirá un nombre de otro es que se debe encarar el nombre industrial como adjetivo, un calificativo que se opone al nombre común (sustantivo o locución sustantiva) para diferenciar necesariamente un producto de otro, de otra u otras fábricas. (Los ejemplos son nuestros):

lápiz Faber
lápiz Mongol
Jean Levis
Jean Kansas

Antes de pasar a la presentación y análisis del *corpus* referido a la Onomástica Industrial en el Perú y siguiendo los lineamientos de Mansur Guerios “Oniônimia ou Onomástica Industrial” (1971) se proponen dos as-

³ N.V. Podolskaia (1978). *Slovar russkoi onomasticheskoi terminologii*. Nauka. Moscú.

⁴ R.F. Mansur Guerios (1971). “Onionímia ou Onomástica Industrial”. En *Estudos en Homenagen a Cândido Jucá (filho)*. Organização Simões. Rio de Janeiro.

pectos de estudio, uno aplicado a la Gramática de los nombres de fábrica y otro, a la Estilística de los nombres de marca (Dentro de la Afectividad del Lenguaje: emoción o sugestión en la creación y elección).

Se debe declarar que el modelo de análisis no es excluyente en el sentido de que una forma encerrada en la Gramática también podría encajar, con las explicaciones correspondientes, en el rubro de la Estilística:

memorex (Gramática, fonéticamente singular en el español por su terminación-x)

memorex (Estilística, el nombre se vincular significativamente con el objeto)

I. GRAMÁTICA DE LOS NOMBRES INDUSTRIALES

Aunque ciertas marcas de fábrica transgreden las normas de formación de las palabras castellanas, la mayoría de aquellas siempre se ajustan a los mecanismos morfológicos de la composición y la derivación.

Ortografía

Una mercancía puede recibir infinidad de nombres; unos agradables, ingeniosos; otros raros o poco agradables al oído porque al patrocinador del objeto sólo lo mueve el éxito de ventas en un mercado muy competitivo.

Iniciaremos el estudio observando palabras cuya escritura de letras es contraria a la índole del castellano⁵.

a) Con la letra -c, final de palabra:

Bic	(bolígrafo)
Contac	(fármaco)
Cognac	(licor)
Klimatic	(electrodomésticos)

⁵ Manuel Aragón P. (1988). *Diccionario inverso de la lengua española*. CONCYTEC. Lima.

Pacific (Tela de casimir)
Rayovac (pilas)

b) Con -CH, inicial de palabra, con sonido K:

Cheracol
Chloromycetín
-CH- posición intermedia, con sonido K:
Bronchodermine
-CH africada, prepalatal, sorda:
Bosch
Crunch
Scotch
-CH- posición intermedia, africada, prepalatal, sorda:
Anchor

c) Con -M, final de palabra:

Alivium	Denim
Ativam	Doloflam
Bactrim	Mentholatum
Diazepan/Valium	Nestum

e) Con -T, final de palabra:

Aldomet	Eternit
Brut	Nugget
Crest	Vitrovent

f) Con -X, final de palabra

Ajax	Memorex
Apronax	Nordex
Betamax	Pirex
Coldex	Petromax
Kardex	Soldimix
Kleenex	Tampax
Lux	Xerox

Metaplasmos

Entendidos como cambios de la forma de una palabra. La forma alterada por metaplasmo constituye una variante. En el ámbito de la diacronía, es la mudanza fonética de la palabra en su evolución. Los metaplasmos pueden ser de

Adición:

Comodoy (Comodo + y)
Cafetal (Café + t + al)
Dunlopillo (Dunlop + illo)
Maicena (Maíz + ena)
Tubino (Tubo + ino)

O de Supresión:

Cerelec (Cereal + lácteo)
Frigider (Frigidaire)
Friol (Freír + óleo)
Mapresa (Madera + prensada + S.A.)
Nescafé (Nestlé + café)
Nicovita (Nicolini + vida)
Petrolube (Petróleo + lubricante)
Texaco (Texas + Company)
Vinifán (Vinilo + fan sufijoide)
Vitrovent (vidrio + Ventana)

Morfología

Composición

Palabras-marcas simples:

Dralón (fibra sintética)
Colgate (pasta de dientes)
Griffin (tinte para el calzado blanco)
Karaoke (música de fondo que "ayuda" al cantante)
Lycra (fibra sintética)
Rexona (jabón)
Yardley (perfume)

Locuciones/Compuestas:

- a) Faber-Castell (lápices, bolígrafos)
Mercedes Benz (vehículos)
- b) Ambos elementos son sustantivos ligados por la preposición de:
Emulsión de Scott (tónico)
Heno de Pravia (jabón)
Píldoras de Witt
- c) El segundo elemento es una palabra que funciona como adjetivo:
Algodón Pima
Algodón Tangüis
Anís Nájjar (aguardiente)
Caldos Maggie (saborizante de sobre)
Frotación Charcot
Jean Levys
Jabón Kauffman (ídem)
Leche Gloria (ídem)
Polvo Royal
Pollos Broaster
- d) Uno de los elementos es un verbo:
Bebe crece (vestimenta para niños)
Rompeolla (marca de arroz)
- e) Ambos elementos son sustantivos ligados por la conjunción y:
Concha y Toro (vino)
Rosas y Limón (jabón)

Derivación

- a) *Prefijación.* Los prefijos de los nombres de fábrica son los mismos de los nombres comunes.

Hecta cloro	(plaguicida)
Monocrotofos	(plaguicida)
Microginón	(anticonceptivo)
Omnipén	(fármaco)

b) *Sufijación*

- al Mejoral, Doloral
- an Dristán
- il Aseptil, Cicatril, Clearsil, Dulcoryl, Sanaftil
- ol Adecerol, Cepacol, Cheracol, Epacol, Hisol, Pulmol
- ina Aspirina, Antalgina, Chiquitolina ("El Chavo del 8")
- san Dolorsán

Conservación del sufijo de derivativo

Si por voluntad intelectual o necesidad expresiva el inventor o fabricante de un producto industrial decide designarlo, por ejemplo, como:

Victrola Rayón o Toblerone (chocolate)

y el artículo tiene la fortuna de alcanzar rápido éxito de ventas es costumbre que luego concurren al mercado otros productos del mismo género y que adopten por razones obvias parte del nombre original.

En el caso del Castellano, la lengua ha adaptado a su propia índole fónico-gramatical nombres de fábrica que proceden del inglés u otras lenguas europeas.

Biblioteca de Letras

Jorge Puccinelli Converso

Un procedimiento muy socorrido es la conservación del sufijo de derivativo:

-ola	-on	-one
Electrola	Dralón	Winterone
gramola	orlón	
radiola	perlón	
rockola		

De la marca registrada Celofán se desprende en el español limeño:

-fan	
Vinifán	(forro plástico)
Atlasfán	" "
Intifán	" "
Pelifán	" "

Sintaxis de Colocación

Hay sintagmas y compuestos nacionales, o extranjeros cuyos elementos se hallan en orden directo y otros a la inversa:

- | | | |
|----|----------------------------|-------------------------------------|
| a) | Cinta Scotch
Jean Levis | Harina Blanca Flor
Vinagre Bully |
| b) | Blue Jean
Coopertone | Cream Cracker
Walkman |

Extranjerismos

Del latín:

Su existencia en nuestra variedad obedece a la innegable realidad de la dependencia económico-científica que sufre el Perú. A ello se suma la acción de los eficaces medios de comunicación masiva que alcanzan a todos los estratos sociales, desde los más ricos hasta los más desvalidos y que conforman la sociedad de consumo. En este contexto, los latinismos llegan a nuestras costas junto a las mercaderías de Estados Unidos, Alemania, Japón, Inglaterra, Francia, Italia u otro país desarrollado. Veamos algunos casos:

Aqua Velva	(Loción facial)
Astra	(Margarina)
Bacus	(Backus y Johnston, cervecería)
Capri	(Aceite de comer)
Faber	(Lápiz)
Factor	(Max Factor)
Forte	(Fortis, cerraduras)
Gerovital	(Rejuvenecedor)
Lux	(Jabón)
Nivea	(Jabón)
Platinum Plus	(Hoja de afeitar)
Poroflex	(Espuma sintética)
Vestitex	(Industria del vestido)
Video	(Técnica de grabar la imagen y el sonido)
Vitaovo	(Alimento para aves)

Anglicismos:

Brasso	(Brass "metal", "latón")
Eyemo	(Eye "ojo")
Milkito	(Yogurt, milk "leche")
Vick Vaporub	(Ingl. "vapor" + rub "fricción")

Alemán:

Volkswagen	(Volks "pueblo", wagen "coche")
Wellapon	
Wellazid	(Welle "onda", "ondulación")

II. ESTILÍSTICA DE LA ONOMÁSTICA INDUSTRIAL

Designaciones del Industrial o Inventor

Los productos u objetos adquieren el apellido del fabricante o inventor.

Cardán	(Gerolano Cardano). Pieza del automóvil.
Carter	(Carter). Parte del motor de los automóviles.
Chevrolet	(Louis Chevrolet). Fabricante de automóviles.
Cinzano	(Cinzano). "Licor dulce".
Cretona	(Mr. Creton) Cierta tela de algodón.
D'Onofrio	(A. D'Onofrio). Chocolates y helados.
Faber	(Kasper Faber). Lápiz de madera.
Max Factor	(Ídem). Fabricante de productos de belleza.
Ford	(Henry Ford). Fabricante de automóviles.
Guillete	(King Camp Guillete). Hoja de afeitar.
Good Year	(Charles Good Year). Descubridor del caucho vulcanizado y fabricante de neumáticos.
Levi Strauss	(Ídem). Pantalón deportivo de denim.
Listerine	(Joseph Lister). Enjuague destinado a evitar el mal aliento.
Macádam	(Mc Adam). Piedra triturada usada como base para una carretera.
Pierre Cardin	(Ídem). Fabricante de ropa.
Singer	(Isaac Merrit Singer). Inventor-Modificador y fabricante de máquinas de coser.

Sigla

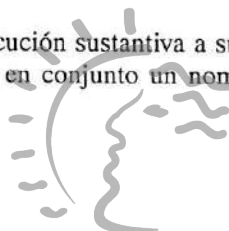
a) *Siglas*

DDT
TNT
CD
G.E.
LG
IBM
BMW
VHS
VW

b) *Acrónimos*

Reducción de una locución sustantiva a sus elementos, letras o sílabas, iniciales que forman en conjunto un nombre propio:

ADIDAS
IMACO
LASER
NYLON
RADAR



Biblioteca de Letras
«Jorge Puccinelli Converso»

c) *Terminados en -SA*

COPSA
FAMESA
INRESA
LABRUSA
MAPRESA
VAINSA

Nombres de personajes célebres reales o ficticios:

Aladino	(Termos)
Bolívar	(Jabón de lavandería)
Goliat	(Bicicletas)
King Kong	(Ladrillos)
Sansón	(Recipiente enorme de material plástico)

Nombres de Santos

La pureza espiritual de los santos se vincula a la pureza de las aguas.

Aguas minerales:

San Antonio

San Luis

San Cayetano

San Mateo

Nombres de Gentilicios:

Cerveza *Arequipeña*

Plátano *Maleño*

Cerveza *Cuzqueña*

Salteña (empanada)

Chilcano (sopa)

Sampedrano (peñón)

Arroz *Costeño*

Scotch (cinta pégante)

Denominación de Origen:

Nombre que se asigna a un producto determinado que es propio de una zona geográfica y que lleva el nombre de dicha área:

Caña de Guayaquil

Pino Oregón

Cemento Portland

Pisco (aguardiente de uva)

Chancay (bizcocho)

Soconusco (chocolate)

Habano (puro)

Piedra de Huamanga

«Jorge Puccinelli Converso»

Nombres cuyos sentidos se relacionan con la cosa:

Cerelac

(cereal + leche)

Chocopresto

(chocolate + presto)

Clorina

(cloro)

Clorox

(cloro)

Dolorsán

(dolor + san)

Dulcoryl

(Dulce + ryl)

Mejoral

(Mejora + l)

Memorex

(Memori + x)

Sanafitil

(Sana + feet + il)

Vitrovent

(vidrio + ventana)

Nombre de letras y abreviaciones numéricas:

Aceité 3 en 1	Vino 4 Bocas
Automóvil 0 km.	Triple Kola
Champú 2 en 1	Alberto VO5 (champú)
Cinta 3M	Bond A4
Muebles 501	Parker 61
Seven Up (7 up)	20 th Century Fox
B12 (vitaminas)	

De palabra-marca a sustantivo común/Lexicalización de las palabras comerciales⁶:

Ajinomoto	(Sazonador)
Alka-seltzer	(Calmante)
Baquelita	(Resina sintética...)
Bayer	(Valles de Mala-Cañete, "insecticida")
Betamax	(Videograbadora)
Bividí	(Ropa interior sin mangas, Huiiri-huiiri, Arequipa)
Brasso	(Abrillantador de metales)
Broster	(Cierta clase de pollo preparado)
Caterpillar	(Vehículo oruga con una excavadora)
Cuáquer	(Avena)
Chicle	(Goma de mascar)
Cinzano	(Trago corto, sabor dulce)
Combi	(Kombi, cierta clase de camioneta rural)
Los Comercios	(Periódicos, cualquiera que sea su nombre)
Guillete	(Hoja de afeitar)
Maicena	(Harina de maíz)
Nescafé	(Café soluble)
Pírex	(Vidrio resistente al fuego)
Primus	(Cocina a kerosene)
Sapolio	(Cualquier jabón detergente)
Termo	(recipiente aislante)

⁶ Héctor E. Solari (1962). "Lexicalización de marcas comerciales: presentación de algunos casos registrados en el habla rioplatense". En *Boletín de filología*. Montevideo. T. IX, pp. 41-55.

Terokal	(Pegamento industrial)
Teflón	(antiadherente)

El nombre del fabricante aparece disimulado a combinación con el nombre de la cosa:

Magna pen	(Magma + penicilina)
Nicovita	(Nicolini + vita)
Vencelatex	(Vencedor + latex)

Uso figurado

Barbie. Muñeca. Con el significado de “cosa, objeto”.

Miss Mundo 1996: “...he demostrado al mundo que una reina de belleza es ante todo una mujer que bien puede ganar como perder peso. Que se cansa; tiene ganas de comer y dormir como cualquiera, pero, sobretodo, que tiene opiniones propias. Aunque yo sé que ellos prefieren una *Barbie* yo no he dejado de ser Alicia Machado por ser Miss Universo, concluye”.

En *El Comercio* de Lima 11/V/1997, p. C15.

Cinzano. Licor dulce. “Melancólico, tierno, acaramelado”.

“Cuando llegó la noche y se presentaron los muchachos, tú y Mónica estaban tan solos y tan *cinzano*”.

José Antonio Bravo. *Barrio de broncas* 1972, p. 178.

Chizito. Pasabocas de queso y maíz. “Pequeñez, modestia”.

- a) “No quiero que se suba el primer puesto a la cabeza y sentir que soy el último *chizito* del tono. El primer puesto es algo relativo, tuve más suerte, menos nervios, no sé” nos dice con humildad D.M.G. primer puesto en el examen de ingreso.
- b) En el lenguaje de los jóvenes “miembro viril”.
En *El Comercio* de Lima. 19/II/1995, p. G4.

Coca Cola. Bebida gaseosa.

- a) Juventud
- b) Adj. Alocado, sobrado.

Erectol. Droga contra la disfunción eréctil masculina.

“Levantar”.

“Proyectar una película para dos gatos no debe salir cuenta [...] De otro modo el Cine Roma morirá y no habrá *erectol* que lo levante...”

En *El Comercio* de Lima 15/IX/1992.

Frigidaire. Marca de refrigeradora o nevera. “Depósito”.

“El encanto del recuerdo reside en lo que fue no será jamás”, acertó a escribir Federico More, acordándose de su futuro: haber sacado del “*frigidaire*” de los archivos sus crónicas gastronómicas y poder leerlas hoy en un libro...”

En *El Comercio* de Lima 20/IX/1998, p. A14.

Mejoral. Analgésico. “Ayuda, colaboración, aporte”.

“Todo el mundo se ha olvidado de mí. Cuando estaba hospitalizado, mis amigos no me llevaron ni siquiera una ‘*mejoral*’ ”.

En *La República* de Lima 8/VII/1984, p. 56.

Tampax. Toalla higiénica.

“Las historias de amor de hoy son las del príncipe Carlos y Camila Parker-Bowles [...] de todas las anécdotas de esta relación la más famosa sigue siendo la conversación privada en la que Carlos le dice que le gustaría ser su *Tampax*”.

En *El Comercio* de Lima 11/II/2001, p. 4.

Teflón. Sustancia antiadherente “Escudo, barrera”.

“El bajo perfil, el secreto, la discreción y la asepsia son parte del efecto *teflón* del fujimorismo ante la ciudadanía. Los medios son utilizados como la barrera de ruido público que asordina las debilidades humanas del personal fujimorista”.

En *La República* de Lima 14/V/1985, p. 4.

Viagra. Fármaco contra la impotencia masculina. “Anciano, viejo”.

Al abuelo le dicen ‘tío *Viagra*’.

Volvo. Cierta marca de vehículos pesados. En el Callejón de Conchucos (Ancash) se aplica a toda persona gorda:

La *volva* Teresa.

Fraseologismos

Tomados en su mayoría de la industria del cine, son conjuntos expresivos casi fijos (locuciones, frases hechas, colocaciones habituales, etc.) conocidos y utilizados en nuestra comunidad:

Hacer algo Ben Hur	(alargar un asunto)
Una caja de Leche Gloria	(colocación hab., de sentido patente).
La corneta de D'Onofrio	(colocación hab., llamada de atención del heladero o chocolatero de la marca)
La Dolce Vita	(vida placentera)
Suspense a lo Hitchcock	(en ascuas, pendiente, perplejidad)
Ser uno como el León de la Metro	(aplicase a la persona que "ruge" pero no hace daño)
El Llanero Solitario	(individual, personal, referido al trabajo y actuación)
El perrito de la Víctor	(expresión de sentido literal)
Rebelde sin Causa	(colocación, desde los años 60 hasta el presente, joven contestatario y que practica la libertad)
En tecnicolor	(a colores)
Yon Huaino	(humorístico, John Wayne)

DIARIOS CONSULTADOS

El Comercio de Lima, desde 1990 hasta el 2001

La República de Lima, desde 1990 hasta el 2001.