

Algunos aspectos de la rotulación comercial: Isère, Vaucluse, Murcia

M.^a Dolores ESPINOSA SANSANO
Universidad de Murcia

En el proceso de la comunicación oral desarrollan un papel preponderante la palabra y el oído en primer lugar, seguidos de la vista. Los más acreditados lingüistas han indicado que ésta última ayuda a completar y matizar el mensaje por ser la que capta todos aquellos gestos deícticos o expresivos que acompañan a la emisión del mismo.

Si bien es cierto que la lengua escrita ocupa un segundo lugar en importancia, no lo es menos —al menos para nosotros— que en el campo de los mensajes comerciales mediante rótulo juega un papel preponderante y constituye el reflejo de hechos lingüísticos y sociales. Y en este reducto, la comunicación se produce a través de la vista, siendo ella la que captará, por el signo elegido e incluso a través de su forma y color, el mensaje múltiple que se quiere hacer llegar, un mensaje sorprendentemente condensado pero eficaz, constituido la mayoría de las veces por una sola palabra.

Ha sido la mera constatación de este hecho, constatación de todos los días, la que nos ha orientado en el sentido del presente trabajo. Y ha sido también a partir de la mera observación cuando nos hemos visto casi inconscientemente inducidos a determinadas reflexiones sobre el modo de comunicar ciertos mensajes, en este caso comerciales, constatando que «la comunicación como proceso inseparable de su emisor, abarca dos modos diferentes de realización:

a) Uno interpretable objetivamente por la mayoría de los receptores, transmitido en términos culturales inteligibles, al que se puede denominar «comunicación informativa».

b) Otro por el que se manifiestan las intenciones y pasiones subjetivas del individuo, cuyo análisis implica un mayor grado de complejidad: es la «comunicación expresiva»¹.

El propósito del siguiente trabajo es, por consiguiente, analizar determinados aspectos que ofrecen los rótulos de los comercios, motivados, al tiempo que sorprendidos, por lo que nos ha parecido una inusual abundancia de algunos rasgos que se mostraban en nuestra ciudad de residencia.

Igualmente nos pareció que el estudio podía ser más interesante, si no más completo, comparando lo que podríamos llamar tendencias gráficas en la rotulación de Murcia, con los hábitos en el mismo campo de otros departamentos franceses, en este caso Isère y Vaucluse, departamentos que hemos escogido por el simple hecho de haber tenido más fácil acceso a sus respectivos «Annuaires téléphoniques». Efectivamente, ha sido de sus páginas amarillas de donde hemos extraído sistemáticamente los ejemplos; en el caso de Murcia, éstos proceden tanto de las «Páginas Amarillas» de la Guía Telefónica, como de la anotación personal, obtenida mediante paciente callejeo, ya que éstas se mostraban más incompletas que las francesas.

El propósito que nos guiaba era el de observar de qué medios gráficos se valían los comerciantes de cada una de las provincias o departamentos mencionados para atraer la atención del viandante-cliente en potencia, y si presentaban algún punto común de un país al otro, así como extraer, en la medida de lo posible, alguna conclusión.

Por consiguiente, pretendemos modestamente penetrar en un aspecto muy peculiar del uso de la lengua, y que presenta las particularidades siguientes:

—Pertenece al campo de la lengua escrita, pero que refleja tendencias fonéticas e influencias de otras lenguas y/o dialectos.

—Está condicionado por las normas que rigen la publicidad, e incluso el lenguaje de la publicidad ya que «la selección del soporte más conveniente para una campaña publicitaria se desenvuelve fundamentalmente al triple nivel del volumen global de la audiencia, de la naturaleza psicosocial de la misma y de la posibilidad que tiene cada soporte de precisar y adaptar el mensaje»².

—Realiza una función de comunicación en la que el signo es doblemente expresivo gracias a su forma.

—Se trata, como decíamos, de un aspecto muy peculiar del uso del lenguaje en el que la comunicación se realiza mediante la percepción visual (y no acústica), a partir del escrito (y no de lo oral) lenguaje visual por tanto, permanentemente presente por otra parte en cualquier contacto entre el hombre y su entorno; lenguaje visual entendido como «des formes organisées de communication à base visuelle, que ces formes soient des répliques visuelles des modèles auditifs plus courants, ou qu'elles

1 Hernando Cuadrado, L.A.: *El lenguaje de la publicidad*. Ed. Coloquio. Madrid, 1984. p. 47.

2 Hernando Cuadrado, L.A. Op. cit. Pág. 33. El autor se refiere, como vemos, a campañas publicitarias en sentido estricto. Usamos su cita porque, a nuestro entender, el rótulo podría ser considerado como campaña publicitaria permanente y expresada con el máximo grado de economía.

représentent des systèmes indépendants sans connexion directe avec le langage auditif»³.

—El cauce físico de este tipo de comunicación no es por consiguiente la voz, sino un soporte material en el que figura el escrito. Y si a la voz le acompañan elementos expresivos gestuales, deícticos, suprasegmentales (entonación), en este caso el tipo de escritura (gótica, imitando caracteres chinos o árabes, así como procedimientos más modernos) actuaría en sentido parecido, es decir, matizando el mensaje.

—El mensaje obra fundamentalmente en dirección a la función impresiva del signo, ya que trata de influir directamente sobre el receptor, si bien las funciones representativa y expresiva también se cumplen (el rótulo presenta una determinada realidad y expresa determinadas connotaciones inherentes al tipo de comercio que anuncia).

—La función impresiva nos parece clara en cuanto que el mensaje apunta a obtener una respuesta, en este caso comercial, tácita y activa por parte del receptor.

Respuesta tácita puesto que no se da el acto de la palabra, y activa porque, de obtenerse, consiste, en un último estadio, en un movimiento de entrada al establecimiento que ostenta el rótulo-reclamo, en cuyo caso se podría afirmar que ha realizado su función que es «tout simplement d'attirer l'attention, de mettre l'entourage en éveil, de créer une attitude de curiosité»⁴, curiosidad que constituiría el estadio intermedio y que apunta a lo que más arriba calificábamos de «respuesta comercial», habiendo sido el proceso de comunicación correcto, pues ello es así «cuando el receptor asigna a la señal el mismo mensaje que el emisor quería transmitir»⁵.

Por otra parte constatamos que la lengua de una comunidad determinada, o de un grupo social, puede establecer conexiones con hechos sociales, culturales o emotivos exteriores o no al lenguaje, al que impregna con información sobre ellos, toda vez que «en réalité la langage ne constitue qu'un secteur intégré dans de structures sémiotiques plus générales»⁶.

Hemos querido ver aquí en parte este efecto espejo de la lengua que reflejaría hechos tanto de tipo social como lingüísticos, y que a su vez estaría influida por los mismos, ya que «... non seulement une langue reflète la société de ses interlocuteurs, mais que, réciproquement, les données de la vie sociale comme telle sont de la plus grande importance si l'on veut réellement comprendre l'usage linguistique et l'évolution de la langue»⁷.

Hechos sociales y psicología se combinarían aquí si tenemos en cuenta que, para nosotros, la mentalidad, y no sólo la mentalidad, sino incluso la manera de hablar, de los emisores y los receptores, al menos en lo referente a los murcianos, entraría en juego, coincidiendo por consiguiente con el objeto de la Psicolingüística, que se

3 B. Malmberg: *Le langage, signe de l'humain*. Picard. Paris, 1979. pág. 43.

4 B. Malmberg. Op. cit. pág. 5-6.

5 O. Aicher y M. Krampen: *Sistemas de signos en la comunicación visual*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1981, pág. 9.

6 B. Malmberg. Op. Cit., pág. 23.

7 J. A. Fishman: *Sociolinguistique*. Labor-Nathan. Bruxelles-Paris. 1971, pág. 119.

interesa en general «aux relations entre les messages et les caractéristiques des sujets humains qui les choisissent et les interprètent»⁸.

Por otra parte, desde el punto de vista gráfico los rótulos ofrecen una tendencia acusada al empleo:

—del genitivo sajón y del apóstrofe, ambos confundidos e incluso combinados sin observancia alguna de las normas;

—de las dobles consonantes, en unos casos justificadas por reproducir nombres o marcas extranjeras y, en otros, no justificadas; pero siempre obedeciendo, a nuestro entender, a la seducción que la grafía extranjerizante pudiera ejercer. Incluso aparece, en el caso de Murcia una —ss, que analizaremos en su momento.

Estos dos primeros aspectos pensamos que están en relación con el prestigio de determinadas culturas, o únicamente constatan su presencia, que aportan neologismos también en este ámbito de los rótulos, como afirma Hernando Cuadrado: «Un aspecto importante de la neología lo constituye el préstamo de lenguas extranjeras. Muchas agencias traducen, adoptan o adaptan términos foráneos de anuncios que vienen en su idioma original, en la mayoría de los casos del inglés. Otras veces se debe a la ignorancia que tiene el textista de los recursos de su propia lengua. No es raro tampoco que la causa resida en la novedad y espectáculo que proporcionan palabras de idiomas extraños al nuestro. A veces esta xenofilia no se limita a adoptar o adaptar formas extranjeras, sino que las inventa, mezcla raíces de diferente origen o intensifica esos compuestos (...). A veces forman compuestos con palabras españolas»⁹, y por supuesto, podemos añadir que con francesas;

—de la escritura fonética, en combinación a veces también con el mencionado genitivo o con el apóstrofe, respondiendo al hecho de que «La escritura y el aspecto fónico de la publicidad se presentan con cierta frecuencia como sistema heterogéneo que, junto con caracteres alfabéticos convencionales, incorpora otros que resultan de la transformación de estos mismos caracteres modificados en función del significado de la palabra. Tal lenguaje, tanto escrito como oral, se orienta hacia la dirección de la semantización de la palabra hablada y de su transposición gráfica, por lo que se trata de visualizar con efectividad la relación entre el significante y el significado»¹⁰.

—de determinados sufijos, que muestran a veces una relativa gran vitalidad, en particular en lo que a los rótulos franceses se refiere.

Otros modos más comunes de transmitir el mensaje son los que presentan los rótulos que pretenden sugerir mediante:

—grafías que se asocian con determinadas culturas, como anticipábamos más arriba;

—simplemente, gracias al nombre propio o común escogidos, que actúan, mediante la asociación de ideas, sugiriendo determinados ambientes, paisajes, culturas más o menos contemporáneas, personajes de la mitología, de la literatura o de la cultura del siglo XX, incluido el Séptimo Arte, y que actúan de manera subliminal.

8 T. Slama-Cazacu: *La Psycholinguistique*. Klincksieck. Paris, 1972. Citando a R. Titone en *La Psycholinguistique oggi*. Pág. 128.

9 L. A. Hernando Cuadrado. Op. Cit., pág. 123.

10 L. A. Hernando Cuadrado. Op. Cit., pág. 73.

Estas nociones de valor general para los ámbitos francés y español deben ser necesariamente complementadas por algunas indicaciones sobre determinados aspectos del habla murciana, o «marcas fonéticas sociolectales»¹¹, que caracterizan a este grupo social que no pertenece a un «área geográfica dialectal, propiamente dicha. Por eso no hay bilingüismo, ni marcada diferencia entre el habla de los viejos y de las nuevas generaciones»¹², y que, a nuestro parecer, se reflejan directa o indirectamente en los rótulos.

Se trata en concreto de la —s final absoluta, cuyo tratamiento responde al general dado a las consonantes finales en la pronunciación común, que tienden a relajarse en tierras del antiguo reino de Murcia, en donde «la —s final de grupo o sílaba se relaja, oyéndose una aspiración sorda, fricativa y laríngea, matizada por la naturaleza de la consonante inmediata posterior»¹³. El proceso de relajación se culmina cuando la —s se encuentra en posición final absoluta ante pausa, en cuyo caso «la —s no se articula, la aspiración se resuelve en un leve soplo, ya sonoro, puesto que es prolongación de la vocal precedente; dicha vocal se alarga y se abre»¹⁴, produciendo como contrapartida otro fenómeno, consistente en que las vocales finales de las palabras en singular tienden a cerrarse.

Es la reacción a este fenómeno, del que el hablante murciano debe ser consciente, lo que provoca que, cuando se quiere corregir, la articulación de la —s se produce de un modo enfático y tiene más duración que una —s normal, lo que probablemente se vería reflejado en la aparición de —ss en algunos rótulos (Joyass, Drass).

Este alargamiento se produciría hipotéticamente en el caso de que se quisiera pronunciar la —s del genitivo sajón, anteriormente mencionado. Para las palabras que lo presentan, hemos podido observar una doble solución:

—o bien no se pronuncia y la vocal se abre

—o se pronuncia y el esfuerzo articulatorio provocaría el alargamiento.

Pasamos definitivamente a analizar los diferentes ejemplos, en cuyo proceso de selección, que ha recaído en determinados apartados seleccionados según nuestro criterio y en función de que son destinados a un público más diverso, hemos respetado la clasificación por orden alfabético que aparece en las páginas amarillas, pues hemos observado que, según el tipo de comercio o establecimiento, el modo de sugerir presenta matices o diferencias.

Queremos indicar que las distintas listas aparecen desproporcionadas numéricamente, hecho que obedece a la importancia en número de habitantes de cada una de las áreas geográficas estudiadas, a pesar de lo cual hemos encontrado suficiente canti-

11 Göran Hammarström: *Las unidades lingüísticas en el marco de la lingüística moderna*. Gredos. Madrid, 1974, pág. 27.

12 Ginés García Martínez: *El habla de Cartagena*. Murcia, 1986, pág. 13. Aunque esta monografía trata del habla de la ciudad cantonal, ha sido utilizada, a falta de otra que recoja los aspectos fónicos del murciano en general, dado que, con respecto a los rasgos que queremos reseñar, éstos coinciden.

13 G. García Martínez. Op. Cit., pág. 77-78.

14 Ibidem. Pág. 78.

dad de ejemplos, siendo el departamento de Vaucluse el que lógicamente ofrece menos¹⁵.

I. CAFÉS, BARES Y RESTAURANTES

En este apartado se observa una gran vitalidad del uso del genitivo sajón, sobre todo en lo referente a los ejemplos franceses, así como preferencia por los nombres ingleses, confirmando lo que opinábamos sobre el atractivo que ejercen determinadas culturas, en particular la anglo-americana, aunque los apelativos a veces no son correctamente adoptados (ver nota 8), encontrando por ejemplo un *Art thea show*, siendo que *thea* presenta una *h* intercalada inexistente en inglés, habiéndose debido cruzar con la francesa *thé*; algunos de estos anglicismos están precedidos del artículo francés con función presentativa.

Observamos también que no todos los apóstrofes responden al uso del genitivo sajón, como en el caso de *le Clau'Bar* y *Le Pat'Jakc*, en donde nos parece encontrar un primer componente procedente del provenzal —*Clau* y *Pat*—, el primero de los cuales puede tener el significado de «*clou*»¹⁶, y siendo el segundo un sustantivo masculino, con las variantes alomorfas *pati*, *paci* y *patu* y que significa «*pacte*, *convention*, *trève*»¹⁷.

Como resulta evidente, ninguno de estos ejemplos va seguido de la —*s* que demandaría la forma sajona, sino de un hombre común en el primero de los casos (*bar*) y un nombre propio en el segundo (*Jakc*). La presencia del apóstrofe se justificaría aquí por analogía con otras formas del lenguaje familiar que aparecen apostrofadas también en los rótulos (*Au P'tit Machon*), además de la ejercida por las formas con genitivo.

Pero las enseñas también sugiere, como decíamos anteriormente, por alusión a:

—ciudades más o menos exóticas: el posible cliente que lee *Pékin*, pensaría inmediatamente en comida china y acusa al momento la atracción o el rechazo, según sus preferencias;

—lugares de la geografía local;

—la universalidad de la carta: así *Aux plats du monde*, o a las especialidades de la misma;

—épocas históricas o ambientes determinados. Así:

La belle époque sugiriría una decoración determinada, que atraería a cierto público o clase social.

L'auberge fleurie habla de un ambiente rústico y alegre.

15 Somos conscientes de que el presente análisis sería más completo si recayera sobre todo el territorio de ambas naciones. Por consiguiente, las conclusiones a las que podemos llegar son valederas única y exclusivamente para las zonas estudiadas, aunque probablemente algunas características aparecerían en todas o casi todas las provincias o departamentos, a excepción de lo referente al habla murciana y a dialectos franceses.

16 E. Lévy: *Petit Dictionnaire Provençal-Français*. Heidelberg, 1973. Sub voce.

17 E. Lévy. Op. Cit. Sub voce.

Los nombres con elisión de «e» caduca /e/, dan el tono familiar: *Le p'tit bouchon*, *Le p'tit bar*.

Le slalom, pretende tal vez atraer a un público joven o, en cualquier caso, amante del esquí o del deporte en general.

No queremos dejar de señalar un aspecto que comentaremos posteriormente en otro apartado: se trata del uso de la sufijación en —erie, —ade y —eraie, e incluso en —eria en un nombre italiano (la spaghetteria), que aquí ofrece una relativa vitalidad, relativa por comparación con el uso de formas inglesas; sufijos que aparecen relacionados sobre todo con los nombres que aluden a especialidades y ambientes.

Asimismo hay que señalar el uso de la escritura fonética, del lenguaje familiar, del provenzal por encontrarnos en zona limítrofe en lo referente a Grenoble capital o propiamente provenzal en el caso de Vaucluse¹⁸, observando que muchos de los ejemplos participan de dos o más de estas características.

ISÈRE

Otros extranjerismos:

La Bodega
Gastronomía
La Gondola
La tavola calda
Pizza del arte
Chiquito
Le Barcelone
Le Marcopolo
Pinocchio
Polykalo
Dell'Aquila
Castilla

Epocas y ambientes:

La Pagode
La Belle Epoque
L'âtre fleuri
L'âtre du bougnat
Le brédal
l'auberge fleurie
Le chaudron
Le connetable
Le very 1650
Le Mandarin
Ma Campagne
La taverne alsacienne

Especialidades:

Aux plats du monde
Au p'tit poids
Au gratin dauphinois
Au petit Paris
Au petit savoyard
La côte de boeuf
La crépizze
La frite dorée
L'amuse gueule
La table dauphinoise
Le Provence
Le Provençal
Le gaulois.

Provenzal:

Le Cagna
Le Copant
Le Maj 2
Leyritz
Menut
Bar de La Roize
Réal bar

L. Familiar:

Le Boulodrome
Pneu bar
La Fringale
La bonne franquette
Courte-paille
L'amuse-gueule
La frite dorée
Croqu'scène
Le Croquembouche

Apóstrofe justificado o no:

Le clau'bar
Le Pat'Jak
Le P'tit bar de l'Alpe
Au P'tit Machon
Le P'tit bouchon
Le P'tit bar
Au P'tit poids
Le Rustic'
Chez le Per'Gras

¹⁸ P. Bec: *Manuel pratique d'occitan moderne*. Picard. Paris, 1983, págs. 15-16.

Lugares más o menos exóticos:

Au Pékin
 Asia
 Oued-Zem
 Au Mékong
 Thao Ly
 Kim Chine
 Kim-Long
 Le Magreb
 Le Long Fong
 Phnom Penh
 Le Tanimara
 Nam-son
 El Bey
 Osaka
 Séoul
 Salimar
 Hawaii
 Le Hong Kong
 Le Méktoub
 La Vietnam

Anglicismos:

bay Bar
 Contact
 Freetime
 Flunch
 Le Foxie
 Le Hoggar
 L'igloo
 Le Galaxy
 Mix and Dry
 Le Modern
 Redding₁
 Touring
 Sporting
 Le very 1650
 Le flint
 Le rustic`
 Le Faim sandwich

Croqu'flash
 Croc'pouce

Sufijos:

La Noiseraire
 La bûcherie
 La fromagerie
 La grillade
 La pitancerie de l'écloze
 La roseraie
 La boulangerie
 La spaghetteria

Con y no justificada:

Le Favory
 Le Palais de Crystal

Genitivo sajón:

Le Jiblac's
 John's
 Le Yam's
 Le Bogart's
 Dany's
 Dream's
 Le Liberty's
 Alan's
 Le Jimmy's
 Le Tram's
 Le Pim's

Les Terrasses Per'Jac
 Le Croq'scène
 Croqu'flash
 Caf'casino
 Croc'puce
 Grignot'7
 Midicroc
 Fol'assiette

Topónimos locales:

Auberge de l'Abbaye
 Auberge des Portes de
 Chartreuse
 De l'Ecluse
 De l'Esplanade
 De la Gare
 Au 8 rue Chenoise
 Pierre Percée
 La Vieille Fontaine

Fonética:

Le K's dale (=le casse
 dalle)
 Le Danf'as (le D'en face)
 X Bar.

Le Pudding
 Le Romantic
 Rancho Gril
 Croqu'flash snack
 Winch.

VAUCLUSE

Anglicismos:

Art thea show
 Flory
 Flunch
 Le Garden
 Le grill
 Green Orange
 Le Puck
 Rallye
 Le Ranch
 Le Scotch
 Select

Otros extranjerismos:

Le Chiquito
 Le patio
 La pergola
 La sangria
 La strada

Provenzalismos:

La Buono Vido
 La cadière
 Le Cantalou
 Castel Renard
 Castel de Taravel
 Lou clapa
 Lou Crespéou
 La Férigoulo
 Le Galipot
 Lou Gardian

Genitivo sajón:

Müller's
 Mac Donald's

Especialidades:

L'assiette au boeuf
 La bonne table
 la faim de loup
 Le gourmandin
 Le gourmet
 La grignotière
 La gueulardière
 Le grandgousier
 Le Pain sur planche
 Le Provençal
 Le Relais provençal

Lugares más o menos exóticos:

China-Town
 Chi-Nam
 Hay Tay
 Hoa Binh
 Hong-Kong
 L'Indochine
 La Jamaïque
 Kim Long
 Le Mekong
 Le Nem
 Phi Long
 Song Long

Epocas y ambientes:

Amicale des pêcheurs
 L'assiette campagnarde
 Au Bon Accueil
 Café des Artistes
 La Camargue
 La Ferme
 Fin de Siècle
 La Garriga
 La Guinguette de l'étang
 Guinguette Plage
 Le Jasmin
 Jonquierois
 La Pagode
 Le Renaissance
 La Terrasse
 Rest. Des Cèdres
 L'Urbane
 Mas des Hortolans
 Mas de la tour
 Le Mas Tourteron
 Auberge du canard
 Le Bistrot d'Avignon

Topónimos locales:

Bar de l'Hôtel de Ville
 Bar du Lycée
 Bar du Marché
 Bar des Quatre Coins
 Bar du Parc
 Café du Casino
 Café de la Gare
 Café de la Place

L'oustalet	
L'oustau d'Anais	
L'oustau de Baum	Sukhotai
Le Paradou	Thann Long
Le pistou	Xuan
Le regalou	Xuan Long
Lou Roucas	Yoko

También se observan diferencias entre Isère y Vaucluse: si en el primero las pizzerías sugieren por su nombre típicamente italiano (La Gondola, La Tavola Calda, Marcopolo, Pinocchio, Dell'Aquila), en el segundo este tipo de restaurante proporcionalmente no los presenta apenas, lo que no deja de ser curioso, ofreciendo generalmente nombres franceses, que contemplados en esta relación no sugieren por sí mismos la especialidad de su carta, que conocemos por aparecer bajo la rúbrica de pizzerías en el Annuaire:

Le Berçail	La Basilic
Les Bourgades	Au Flamant Rose
Le Cheval Blanc	La Franquette
La Capricieuse	La Fringale
Chez Claude	La Grotte
Chez Marie	Mirabeau
Chez Moustache	Moulin D'Alezin
Chez Roger	Les Remparts
Le Club	Saint Agricola
La ferme	Du vieux vaisou
L'Olivette	

Proporcionalmente, los italianos son muy poco frecuentes, apareciendo: *La Piza*, *Pizza Paï*, *Bruno*, *La Rocca*, *Le Spaghetti* y *San Rémo*, (este último con acento agudo indicando la pronunciación de /e/e/a/. Observamos además un nombre que indica la localización y la especialidad mediante composición: *La Palludpizzéria les Tilleuls*, situado en Lapalud, así como un diminutivo que podría ser tanto de nombre propio francés como español: *Manu* y un curioso *O Grill* con artículo portugués, testimoniando esta vez una ola de inmigrantes posterior a la española que ya se integra en la sociedad gala.

La incursión de sustantivos del habla local, el provenzal, es considerable y también sugieren especialidades y ambientes: *La Destrau* (= La Hache), *Lou Mas* (= La Ferme), *Lou Fanau* (= Le Fanal), *L'Oulo* (= La Marmite) y *La Grasihado* (= La grillade)¹⁹.

19 Xavier de Fourvières: *Lou Pichot Tresor. Dictionnaire provençal-français et français-provençal*. Ed. Marcel Petit. Raphèle, 1987. Sub. voce.

Otras peculiaridades que ofrece este departamento son:

—el uso de latinismos

—un ejemplo de sufijo en —eria: *la Taperia*

—empleo del argot: *La Grignotièrre, La Gueulardièrre*

—una literaria alusión a comidas abundantes: *Le Grandgousier*.

MURCIA

En cuanto a los establecimientos murcianos, generalmente responden a los mismos epígrafes, aunque la presencia de nombres ingleses parece menos importante, apareciendo tímidamente el genitivo sajón en dos casos, *Paco's, Torro's*, y uno con empleo del apóstrofe en una posición inesperada y heterodoxa: *Cristi'an*.

A diferencia de los anteriores, aquí el ambiente popular e incluso familiar es sugerido por el uso de diminutivos de nombres y apodos, precedidos del artículo como es de uso, tan frecuentes en la zona de la huerta: *El Pencho, Los Pepes*, que incluso reflejan a veces la pronunciación popular: *El Cuñao, Pepe el Torrao*, así como por el empleo de palabras que aluden a cosas rústicas: *Los Toneles, Los Lebrillos*.

Anglicismos

genitivo sajón:

Blakys
Donal's
Dulman's
Flipper
Harry
Karting
Kennedy
Montana Junior
Morrison
Paco's
Tino's
Torro's
William

Ambientes:

El Calcetín
El Cornijal
El Corral de José Luis
Los Lebrillos
Los Limoneros
Los Manises
Oasis
La Panocha
Los Toneles
La Traíña
El Soto

Apóstrofe:

Cristi'an
Kopa'2

Especialidades:

Don Camilo
Da Gaspere
La Huertanica
Gran Muralla
Me Hua
Oriente
El Piamontés
La Romana
Shangai

Cine, T.V.

y Literatura

El Algarrobo
Casablanca
Columbo
Harlequin
Mogambo

Ciudades o países

extranjeros:

Frankfurt
Gran Muralla
Guinea
Ipanema
Me Hua

Apelativos familiares y

apodos:

Antonio el de las gambas
Los Barrenderos
Caimán
Cavernera
El Cuñao

Molière
Niágara
Sancho Panza

Rhin
Shangai
Tanganyka
Tel-Aviv
Tijuana
Torremolinos

El Chuli
El Churra
El Felipe
Fangio
Josepe
El Lobo
La Meseguera
El Mellizo
Mari Tere
Maxi
Los Nayarros
Paquele
El Parras
Los Peñejos
Los Pepes
Pepita
Pepe el Torrao
Quilina
La Tana
Tono
El Zocato

Topónimos locales:

Los Apóstoles
Condomina
Cresta del Gallo
Gran Vía

Otros:
Bugatti
Ozzio
Rockola
Sku
Tibbo.

II. ESCUELAS MATERNALES Y GUARDERIAS

En este apartado, en Isère y Vaucluse se eligen nombres de narraciones infantiles, o que sugieren lugares refrescantes o espacios verdes:

Isère
Blanche-Neige
Brise des Neiges
Des Cent Vingt Toises
Moucherotte
Les Olympiades

Vaucluse
Des Amandiers
Du Clos Fleuri
Clos du Noyer
Persil

Sin embargo son más abundantes los nombres propios de personajes célebres de la historia o de la literatura, o bien locales:

Isère
Louis Aragon
Condorcet
Diderot
Colonel Driant

Vaucluse
Elsa Friolet
Louis Gros
Jean Moulin
Louis Pergaud

Jules Ferry
Cornélie Gemon
León Jouhaux
Malherbe
Gabriel Péri
Romain Rolland
Voltaire

Gérard Philippe
Jacques Prévert
Marcel Ripert
Saint-Exupéry
Sixte-Isnard

A esta relación hay que añadir la situación en la ciudad correspondiente que también aporta denominaciones:

Isère
Grand Châtelet
La Gare
Grand Pré
Jardin de Ville
Mi-Plaine
Pont de Vence
Porte Saint-Laurent

Vaucluse
La Pinède
Du Parc
Le Parc
Des Ramières
Des Rotondes
De la Cité Verte
La roseaie

MURCIA

Las guarderías murcianas también responden a veces a títulos de narraciones infantiles: *Heidi*; sugieren espacios abiertos y verdes, aptos para la expansión infantil: *La Pradera*; emplean diminutivos afectuosos: *Cuca*, *Chiqui*, *El Cole*, *Nico*, *Chiquitines*; y, a diferencia de las francesas, utilizan nombres ingleses con o sin genitivo sajón, o españoles con el mismo genitivo: *Baby's*, *Child*, *Cuco's*, o con una relativa mayor frecuencia sus apelaciones coinciden con su situación en la ciudad: *Carmen Parque*, *La Fama*, *Infante Juan Manuel*, *La Paz*, *Vista Alegre*.

III. INSTITUTOS DE BELLEZA

En este apartado aparecen con menor frecuencia los nombres con apóstrofe, a veces empleado de manera arbitraria, como en *Diminu'tifs*, otras a guisa de genitivo sajón: *Silhouett's* o usado con propiedad: *Mbindo's* y otras como indicativo de palabra compuesta en lugar del guión, como en *Karin'esthétique* o en *Derm'star*. En otras ocasiones marca la pérdida de /e/: *Coup d'poudre*.

Observamos que se prefieren otro tipo de apelaciones, en las que abunda la presencia de la y, que Galliot llama «y de luxe qui n'est là que pour la belle scripture»²⁰

20 M. Galliot: *Essai sur la langue de la réclame contemporaine*. Privat. Toulouse, 1955, p. 275.

y que actuaría también como reclamo por insinuación de grafía inglesa, que interpretamos en el mismo sentido de siempre, y que con frecuencia parece snob o rebuscada, a la que a veces se une el grupo *th*:

Isère	Vaucluse
Angy	Cathy
Athanys	Lucky
Betty	Myriam
Cathy	Magny
Coralys	
Coryse Salomé	
Creezy	
Crysta	
Elysée	
Etholie	
Marylise	
Mary-Sophie	
Maryse	
Mélody	
Myriane	
Nelly	
Rose-Lyne	
Samantha	

Nada extraño nos parece el empleo de nombres de la mitología griega, o egipcia, en los que aparece también la *y*, tan apreciada como hemos visto. Sin embargo pensamos que en este caso se pretende atraer mediante la alusión a una civilización que es por antonomasia, sinónimo de belleza, si bien uno de estos nombres, Kalliste, podría responder al del propietario.

Isère	Vaucluse
Cybelle	Coryse Salomé
Danae	Cybèle
Les Ephélides	
Isis	
Thais	
Vénus	
Le jardin de Kalliste	
Psyché	

Aparecen igualmente nombres que aluden a personajes actuales proverbialmente bellos:

Isère	Vaucluse
Anaïs	Capucine

Betty Boop
 Marilyn
 Marylin
 Marlène
 Nemesis
 Samantha
 Vanessa
 Pandora
 Soraya
 Ysadora

así como una sorprendente y bonita alusión a la metamorfosis sufrida por Cenicienta, *Cendrillon*, puesto que de cambiar a bello se trata.

Se observa también una tendencia al uso de sustantivos compuestos que aluden al efecto ejercido, a la terapia empleada, etc.: *Cellucenter*, *Centre Aromathérapie*, *Bio-mince*, *Visa Mince*, *Harmonicorps*, *Figurama*, *Harmonia*.

Otros rótulos que presentan nombres franceses son también enormemente sugerentes: *L'échoppe*, *Bergamote*, *Caline*, *Perles de Rosée*, *Grain de Beauté*, todos ellos en Vaucluse.

MURCIA

Los ejemplos murcianos que hemos obtenido son poco numerosos, pero siguen en general las mismas pautas:

Anglicismos:	Alusión a mitología y a testamento:	Alusión a personajes o mitos actuales:
Almagro's	Eva	Yasmina
Beauty Girl	Ninfa	Hollywood
	Tahis	
Apóstrofe:	Nombres propios y otros:	
Geli D'Mora	Angelita	
	Carmen Guillén	
	Conchita	
	Eboli	
	Greñas	
	Katy	
	Uñas Esculpidas	

Y también Francia ejerce su influencia en cuestiones de estética:

Carole
 Charlotte
 Votre Charme

IV. JOYERIAS Y BISUTERIAS

En Isère y Vaucluse abundan los nombres propios y apellidos, que hemos excluido de la relación; el genitivo sajón aparece tímidamente, así como los anglicismos, y se observa una preferencia hacia nombres de materias nobles con que se fabrican las distintas joyas, especialmente la palabra OR que es muy empleada en composición (Alor, Ofelior, Gépéor...) e incluso en un superlativo muy expresivo (Orissimo), encontrando otras alusiones a modos de trabajar las piedras (Facettes) o en la antigüedad e inspiración de las joyas. La sigla aparece con profusión en Vaucluse.

ISÈRE

**Anglicismos
y genitivo sajón:**

Cathy
Clauben's
D.N.G. cash
Love
Or Love You

Materias:

Alor
Les Diamantines
Gépéor
Lys d'or
Ofelior
L'or et le temps
Or innov
Orissimo
La Pepite
Pierfine
Au Bubis Rose

Composición:

Cadorama

Otros:

Le Joyau
Prestige
Universale

VAUCLUSE

**Anglicismos
y Genitivo sajón:**

Mary-Jane
Tim's

Siglas:

C.D.M.
E.B.D.
I.F.F.
J.M.Diffusion
L.C.V.
L.G.Or
L.P. Créations
M.J.
V.H.B.

Otros:

Boutique O
Caprice B
Caprices
Le Coffret de Santal
Diva
Domino
Les Florentines
France Sélection
Mélodie
L'oiseau Bleu
Point Bleu
Prélude
Rémoincence

Materias y formas:

Ambre
L'anneau d'or
Facettes
Gemmes
Le Louis d'or
La pierre naturelle
Rose d'or
Le Temps et l'or

Tendance
 Timou
 Tonga
 Virus
 Vision Bijoux
 Voo

MURCIA

Los comercios de este tipo de la provincia de Murcia presentan:

—la doble consonante (*Grupo Siette, Tressor, De Bussi*), y doble «s» en final de palabra (*Joyass*).

—El apóstrofe (*D'or*), que incluso es impropia mente empleado ante un nombre francés con inicial consonántica (*L'Bijouterie*).

—El nombre de las diferentes materias, principalmente el oro aparece en el anteriormente mencionado *D'or*, en *Oro centro Midas* que incluye la alusión mitológica, en este caso redundante, y en *Diamor* (diamantes y oro) en el que la «o» presenta una forma trapezoidal que quiere sugerir un diamante; y otra materia: *Jade*.

Doble consonante:

De Bussi
 Joyas
 Grupo Siette
 Tressor

Materias y formas:

Diamor
 Oro Centro Midas

Otros:

Angiva
 Bayona
 Nereida
 Mis Pequeños Joyeros

Apóstrofe:

L'Bijouterie
 D'Or

V. JUGUETERIAS

Abundan aquí los nombres alusivos a juegos infantiles, pero también se indica aquel a quien va destinada la mercancía, el niño, y algunos especifican claramente la misma, añadiendo alguna alusión a la abundancia y variedad mediante composición. Los nombres de juegos, cuentos y animales, también son empleados con frecuencia.

ISÈRE

Aladin
 La boutique du jouet
 Domino
 L'enfant roi
 Espace jouets
 Joué Club
 K'store
 La marelle

VAUCLUSE

Aviomodelli-France
 Chez vous
 Didamat
 Jocky France
 La Récré
 Trucs

La marmotte
 La petite marmotte
 Pomme de pin
 Le sac de billes
 Sciences et jeux
 Union Pacific

Queremos comentar en particular *Aladin*, que haría pensar en la cueva de los mil tesoros, y *Union Pacific* que se anuncia como especialistas en trenes-miniatura, y que alude a un tren que ya pertenece a la mitología del siglo XX.

Tres de los rótulos se presentan muy curiosos a nuestro entender:

El Primero de ellos: *K'store*, presenta una grafía que parece combinar varias alusiones a un tiempo:

—por un lado, si se le escucha suena /kastor/, animal que construye;

—desde otro punto de vista, store significa en inglés «tienda», «grandes almacenes», lo que habla de la magnitud del comercio y/o de la abundancia de la mercancía ofrecida;

—puede también entrar dentro de aquellos rótulos que pretenden seducir por alusión a la civilización anglo-americana por la presencia del apóstrofe.

El segundo sería *Sucre d'orge*, (= pirulí), que nos sugiere un juguete tal vez rústico e incluso antiguo, o simplemente algo que atrae a los niños por su forma y su colorido, aunque sin duda habría que comprobar estos extremos.

El tercero, *Jocky France*, combina la grafía con —y con el provenzal *joc* (= juego)²¹.

MURCIA

Los rótulos murcianos correspondientes a este apartado responden a grafías fonéticas combinadas con el lenguaje infantil: *Kekos*; en otros aparecen anglicismos: *Hyper Toys*, o aluden a la edad de los destinatarios: *Junior*; o a juguetes y juegos: *Carrusel*, *Piñata*.

VI. MODA

En este apartado hemos creído pertinente establecer la división entre comercios destinados a moda infantil o relacionada con el recién nacido y aquellos que van dirigidos al público adulto.

Entre los comercios relacionados con el mundo infantil encontramos rótulos en los que se emplean locuciones inglesas: *Baby Star*, pero en otros la palabra inglesa se combina con otra francesa: *Baby-Troc*, *Baby Lange*, o con el artículo francés: *La Nursery*, *Les Shaddocks*. En ambos casos la idea queda clara por tratarse de palabras inglesas suficientemente conocidas. Además, aportan una gran economía gráfica por

21 E. Levy. Op. cit. Sub. voce.

tratarse de monosílabos (compárese *Baby-Land* con lo que en francés sería su equivalente *Au Monde du bébé*. En este ejemplo se contiene además el mensaje implícito de que «se puede encontrar todo lo referente al bebé»).

La «y» también se emplea y un falso genitivo sajón que se amalgama con la *s*— de la segunda palabra en razón a la economía gráfica: *Christel'shop*, o únicamente responde a la tendencia observada a presentar la composición mediante apóstrofe en vez de usar el guión. Destacamos además la presencia de la sufijación en —erie, aunque sólo aparece en un ejemplo: *La Gosserie*.

Algunos rótulos indican o pretenden atraer a un doble destinatario, madre e hijo, utilizando composiciones del tipo *Mamanbébé*, pero sin acudir a grafías inglesas o fonéticas.

El uso del lenguaje popular también aparece en *Les Mômes*, *Frimousse* o *Boîte à Gosses*.

El apóstrofe que indice la pérdida de /e/ aparece también con relativa frecuencia.

ISÈRE

Locuciones y nombres

ingleses. Inglés +

Francés:

Baby Land

Baby Lange

Bay Star

Baby Troc

Bébé-cash

Bébé-shop

Candy Boutique

Christel'shop

Au Petit Boy

Natalys

Seeven

Destinatarios:

(además de los contenidos en las otras columnas)

Bebé Dauphiné

Bébéreuve

Mamanbébé

Madame et Bébé

Palais de l'enfant

Prémaman

Prénatal

Au rêve d'enfant

Toutmaman

Lenguaje popular:

Farandole chapotat

Frimousse

Môm'

Les Mômes

P'tipas

Tit Chose

Tom'Pousse

Fonéticos:

Conik

VAUCLUSE

Locuciones y nombres

ingleses

Inglés + Francés:

Baby 2.000

Bambin-Junior

Bamby

Bamby-Roy

Coconuts

Look Junior

Natalys

Destinatarios:

(además de los de las otras columnas)

Age-tendre

Maman-bébé

Lenguaje popular:

Boîte à gosses

La Gosserie.

Otros:

Pénélope

New-Baby
 La Nursery
 Au Petit Boy
 Les shaddoks
 Six Pence Jocadi

MURCIA

En este apartado los rótulos murcianos presentan menos variedad. La alusión a gustos infantiles y sabores está presente en *Chicle*. Encontramos una bonita alusión a la madre embarazada en *Canguro*, alusión algo más burda en *Bola*, que además presenta el trazo inferior de la *B* exageradamente proyectado hacia adelante, y la típica división de los sexos por colores: *Rosa* y *Azul* (= para el niño y la niña).

La grafía fonética combinada con el genitivo sajón aparece en *Peke's*, y encontramos una doble consonante en *Anne 2*. Son muy frecuentes aquí el uso del nombre de los propietarios.

Destinatarios: (niño y madre)	Nombres propios:	Alusiones varias:
Boutique del Bebé	Aledo Rodríguez	Bel-Pas
Chicos	Charo	Bola
Mi bebé	Gimenez Valera	El Canguro
Nenes	Iniesta Moreno	Chicle
Peke's	Lozano Nicolás	
Prenatal	Puerta Perea	
Rosa y Azul	Quini	Doble consonante:
	Sanchez Jimeno	Anne 2

Son los rótulos pertenecientes a comercios de moda para adultos los que presentan una mayor variedad.

En los franceses aparecen:

—la escritura fonética: *Elle Em* (= elle aime); *Cox'ynel*, que utiliza combinándolos los procedimientos ya comentados del apóstrofe, la «y» y la grafía fonética.

—El lenguaje coloquial: *Mam'zelle Cathy*, combinado con la grafía fonética y completado con un nombre inglés en el que se combina tanto el grupo *th* como la *y*.

—El argot: *Boîte à Fringues*, el curioso *Fring U.S.A.* que sugiere claramente la procedencia de la ropa. *Naf-Naf* (de Naphatline = cocaína) sugiere una moda muy informal en principio, destinada a un público joven y no conformista.

—Los anglicismos, empleados con gran profusión y en cuyo caso la doble consonante será justificada, así como en los italianismos incorporados o no al francés.

—La frecuente aparición de la final en —que estaría, además de la alusión al inglés, en función de la economía gráfica, como parece ser el caso de *Anoush Boutic* y de *Rockmantic*, en donde rock y romantique se funden. Por otra parte, Rock se insinúa como un prefijo que promete cierta vitalidad en compuestos, por su poder de evo-

cación de un mundo determinado. Lo encontramos también en Murcia en Rockola y Rocko.

—La presencia del genitivo sajón y el apóstrofe alcanza una proporción elevada; en algunos casos aparece incluso repetido, uno en cada una de las palabras del rótulo (*Mony's Mod's*) o uno doble, redundante, como es el caso de *Ann'Sophie*; la y también es muy frecuente.

—Se observa también la tendencia a la composición combinada con el lenguaje coloquial en *Pacherchouette* (= Pas cher, chouette); con anglicismo incorporado en *Pantashop*, o con sufijo griego en *Textilorama*, aludiendo a la extensa gama de tejidos.

—La sufijación en *—erie* se nos muestra con una gran vitalidad. Este sufijo aparece tanto en palabras francesas del lenguaje común (*La Moderie*), o del argot (*La Friperie*), como en inglesas incorporadas al francés (*Sweaterie*).

—La sigla es un procedimiento que también es empleado, destacando *B.C.B.G.* que pertenece al argot más actual y que alude al nivel económico, elevado, y al estilo del vestir del cliente, clásico por lo general y con prendas de marca (= Bon Chic, Bon Genre).

—Los nombres y locuciones italianas son empleados asimismo, aunque con menor frecuencia que los anglicismos, en función del prestigio de la moda italiana.

ISÈRE

Escritura fonética:

Cox'ynel
Elle Em
Palasport

L. Popular y Argot:

Boîte à fringues
Déclíc Surf
Eden Pulls
Fring U.S.A.
Mam'zelle Katy
New Wave
Pacherchouette

Italianos:

Bettina
Carla
Daniela Graffiti

Apóstrofe:

Ann'Sophie
Chris'vêtements
Class'affair
Frank'F
Cox'ynel

Siglas:

B.C.-B.G.
B.T.B.
C.D.C.
F.A.C.
G.M. Diffusion
M.B.T.P.
S.A.S.
V.T.S.

Anglicismos y Genitivo sajón:

Alexander's
Av'look
Barth's
Briphishop
Bull
Cadillak
Clip's
Clody Ann
Creezy
Eden Pulls
Fun et Folie
Harrington
Jacky
Karine Shop
Kookai
Lady Star
Look Textile
Lucky Luke
Mac Keen
Maggy

Papa Razzi
Va-Béné

Composición:
Textilorama
Pacherchouette
Palasport
Pantashop
Promotexas.

Con sufijo -erie:
Friperie Américaine
Kriss Friperie
La Moderie
La Pullerie
La Solderie
Swaeterie Chabala

Man
Manager's
Maxim's
Melly
Miami Dolphin's
Miss-man
Mister'K
Mod'Boutique
Mod Feeling
Mony's Mod's
Navy Club
New Kings
New Style
New Wave
New Wear
Over Look
Pantashop
Pill et Pull
Pimkie
Rich'dan
Slipissimo
Stanley
Steff
Sweety
Top 50
Yellow cab
Woman

VAUCLUSE

**Anglicismos
y Genitivo sajón:**
Aby'style
American Boots
Best
Boll'N shop
Brockway
Charly
Cody
Davy
Gag
Jeffer's
Josy
Look

Escritura fonética:
Pom boutique

L. Popular y Argot:
Lucky Jean's

Nombres clásicos:
Astrée
Athena
Cassiopée
Naïs

Sufijo -erie:
La Pullerie
La Sweaterie
La Tannerie

Composición:
Codiscom
Eurotex
Laucsap
Macotex
Pantashop
Texagern

Luchy Jean's	Apóstrofe:	
New Magasin	Aby'style	
New-man	Vet'home	
Pantashop		
Rym's	Siglas:	Otros:
Sud Mod	A.M.	Benetton
Sun Batik	B.C.-B.G.	Que-tal
Sylvie shop	B.T.M.	
Wes	M.L.H.	
Westbury	S.A.M.	

MURCIA

En Murcia se sigue la tendencia a emplear nombres ingleses y extranjeros en general, prefiriéndose los que presentan doble consonante (o bien ésta se añade gratuitamente), apareciendo también el apóstrofe y el genitivo sajón. Otros rótulos obedecen a la tendencia a usar nombres de la naturaleza que sugieren por su frescura, sabor e incluso color (*Brisa, Fresas*). La doble *-s* ya comentada también está presente.

Anglicismos y Genitivo sajón:	Apóstrofe:	Otros:
Bodi	D'Paloma	Can-Can
Buchanan	D'Piel	Cuatro
Classic-Nouveau		Curvas
Clifford	Nombre propios, apellidos y apelativos familiares	Champán
Coffee	Amante	Degli Uomini
Country	Ana Ana Muñoz	Delón
Crack	Bianca	La Florida
Garden	Brigi	Frisco
Karen	Clemente	La Ilusión
Kesington	Consuelo	Garbo
Dama's	Cuca	Gente
Humo's	Charo	Izaro
Jil's	Francisco Medina	Líneas
Lady Pepa	Gala	Nova
Ladys	Gema	Perfil
Luisa's	Gerónimo Meseguer	El Punto
Mellow-Yellow	Juana Barquero	5ª Avenida
O'clock	Larvi	Singolare
Pyer's	Lola	Toga
Sir Dam	Lola Vargas	Tokio
Star	Mar	Zepo
Wiston		
Woman		

Escritura fonética:	Ortega Cano	Tomados de la naturaleza:
Amichi	Quico	Brisa
Caché	Rocko	Carey
Drass	Yeyo	Color
Deprissa.	Yoli	Coral
	Zacho	Fresas
	Zamora	Humo's
Doble consonante:		Marfil
(justificada o no)		Marrón
Anne 2		
Attuendo		
Betti		
Benetton		
Bioccolo		
Bonni M		
La Carswell		
Classic-Nouveau		
Clifford		
Coffee		
Charleen		
Charlotte		
Chiffons		
Drass		
Deprissa		
Emme		
Ghetto		
Kabbala		
Mellow-Yellow		
Tintoretto		

Es un principio aceptado universalmente el de la preponderancia de la lengua hablada sobre la escrita: «l'expression linguistique est fondée de façon primaire sur les ressources auditives de l'homme normal. La langue écrite telle que nous l'utilisons, avec ses figures graphiques, est secondaire par rapport à la langue parlée»²². En el caso de los rótulos se da sin embargo una rara simbiosis de lengua escrita y hablada para transmitir el mensaje, un reflejo en la escritura de la pronunciación, tanto en los ejemplos franceses como en los españoles.

Sendos ámbitos analizados presentan algunos rasgos comunes, como:

- los anglicismos y las grafías inglesas, empleados con profusión;
- el empleo de dialectalismos o hábitos de pronunciación locales.

²² B. Malmberg. Op. Cit., pág. 10.

Ambos rasgos son muy elocuentes en tanto en cuanto están hablando, a nuestro entender, de la presencia en la sociedad:

a) de la cultura anglosajona, que se expande de manera importante por hechos de tipo socio-políticos y económicos de todos conocidos.

Este hecho es doblemente elocuente dado que nos está hablando de una lengua inglesa que previamente a nivel oral se ha instituido como lengua «imperial» en el sentido de que sirve como instrumento de comunicación por encima de las fronteras y del Babel de los diferentes idiomas, empobrecida sin duda al ser empleada por individuos con base lingüística dispar, que a su vez la han aprendido o de manera directa en el país de origen, o indirectamente e incluso con métodos rápidos, pero que es una especie de koiné a fin de cuentas.

b) De las hablas minoritarias, que renacen con cierto vigor:

—la escritura fonética, utilizada en función de la expresividad y de la economía gráfica.

Por otra parte, los rótulos obedecen siempre al fin para el que son creados, el reclamo, y todos los procedimientos empleados, diversos según el tipo de establecimiento, nos parecen sugerentes e imaginativos, siendo los más originales y variados a nuestro entender los del comercio de la moda, a pesar de la sobreabundancia de anglicismos, elocuente con respecto a la cada vez mayor presencia de la cultura anglosajona en las culturas mediterráneas, y que en el ámbito francés analizado demuestra la vitalidad ya constatada en otros medios de la sufijación en —erie y de la composición, en menor medida, indicada a veces mediante un apóstrofe en lugar del guión usual.

En cuanto a los rótulos de Murcia, son el reflejo de lo anteriormente expuesto sobre los anglicismos y el genitivo sajón y también de unas tendencias fonéticas basadas en las características de los hábitos de pronunciación del castellano en la región reseñadas previamente, si bien la doble consonante empleada con profusión o la doble vocal, justificadas o no, nos parece que obedecen:

a) a un afán extranjerizante y de modernidad, no exento de cierto snobismo ingenuo

b) en aquellas ocasiones en que la geminada es una —s, ello se debe al acuse inconsciente de una pronunciación enfática cuando esta consonante se articula en posición final.

Por otra parte queremos indicar que casi todos los rótulos que presentan estas grafías dobles pertenecen a comercios situados en el centro de la ciudad, no habiendo observado el fenómeno en otros barrios más que esporádicamente. Ello podría responder al hecho de que los citados rótulos están destinados a posibles clientes de un nivel que, con reservas, se podría calificar de elegante, o al menos con alto poder adquisitivo. Ello enlazaría con el afán de la modernidad o extranjerizante y con una psicología utilizada inconscientemente por el comerciante para llegar, como conocedor de su clientela, más directamente a ella, pues «...il existe des éléments plus diffus —et donc apparemment moins systématiques—, qui tendent à prouver que les vocabulaires en particulier et les langues en général sont le reflet des communautés qui les utilisent. Dans un sens très réel une variété linguistique est un inventaire des soucis et des intérêts de ceux qui l'emploient à un moment donné. Si une partie de cet inventaire présente des traits que l'on ne retrouve pas dans les autres, cela peut être l'indice de

tendances ou d'influences particulières au sein de certains réseaux d'interaction dans la communauté linguistique en général ou dans certaines relations de rôles du répertoire global de la communauté»²³.

23 J. Fishman. Op. Cit., pág. 117.

BIBLIOGRAFIA

- AICHER, O. y KRAMPEN, M.: *Sistemas de signos en la comunicación visual*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1981.
- BEC, PIERRE. *Manuel pratique d'occitan moderne*. Picard. Paris, 1983.
- FISHMAN, JOSUA A.: *Sociolinguistique*. Labor-Nathan. Bruxelles-Paris, 1971.
- FOURVIERES, XAVIER DE: *Lou Pichot Trésor. Dictionnaire Provençal-Français et Français-Provençal*. Ed. Marcel Petit. Raphèle, 1987.
- GARCIA MARTINEZ, GINES. *El habla de Cartagena*. Murcia, 1986.
- GALLIOT, MARCEL: *Essai sur la langue de la réclame contemporaine*. Ed. Privat. Toulouse, 1955.
- HAMMARSTRÖM, GÖRAN. *Las unidades lingüísticas en el marco de la lingüística moderna*. Gredos. Madrid, 1974.
- HERNANDO CUADRADO, L. A. *El lenguaje de la publicidad*. Ed. Coloquio. Madrid, 1984.
- LEVY, EMIL. *Petit Dictionnaire Provençal-Français*. Carl Winter. Universitätsverlag. Heidelberg, 1973.
- MALMBERG, BERTIL. *Le langage, signe de l'humain*. Picard. Paris, 1979.
- SLAMA-CAZACU, TATIANA. *La Psycholinguistique*. Klincksieck. Paris, 1972.