

# Marchionimi: nomi propri o nomi comuni?

Aldo Frigerio & Maria Paola Tenchini  
Università Cattolica S. Cuore

**XXVII Convegno Ass.I.Term**

*Il Nome del prodotto. Marchi, Termini e Professioni*  
6-7 aprile 2017

# Il problema

- ▶ Nella letteratura non c'è accordo circa lo statuto di nome proprio o di nome comune dei marchionimi (Fábián 2002; Vaxelaire 2005; Zardo 1997, 2007; Coletti 2010; Janner 2012)
- ▶ “A lot of confusion exists over the linguistic status of these names [trade and brand names]. The first impression is that they function both as proper names and as common nouns on an equal basis, i.e. at first blush, we do not seem able to argue that, in their primary function, these lemmas are proper names or that they are primarily common nouns” (Langendonck 2007, p. 235).

# Criteria per una distinzione

**Tesi:** I nomi propri si riferiscono a un solo individuo, i nomi comuni a più individui

**Obiezione:** molti nomi propri (es. *Anna*) si riferiscono a più individui; alcuni nomi comuni si riferiscono a un individuo solo (es. *dodo*).

**Tesi:** i nomi propri non accettano determinanti, i nomi comuni sì

**Obiezione:** *Il Tamigi, il Monte Bianco, tutti i Paolo, alcune Anna...*

# Criteri per una distinzione

**Tesi:** I nomi propri hanno l'iniziale maiuscola, i nomi comuni la minuscola

**Obiezione:** in alcune lingue non è così (es. tedesco), i sistemi di scrittura che prevedono le maiuscole sono minoritari (Vaxelaire 2005, 74), *il Papa, il Re, Dio, Un Français est venu dans notre magasin.*

# Una proposta di distinzione

**Proposta:** i nomi propri hanno un individuo come significato, i nomi comuni significano un insieme di proprietà (intensione) che individuano un insieme di individui (estensione).

## Prove a sostegno:

- 1) più interlocutori possono avere concetti differenti associati a un nome proprio (es. *Milano*), ma questo non inficia la comunicazione. È sufficiente che essi associno al nome proprio lo stesso referente.
- 2) In diacronia, il referente del nome proprio muta caratteristiche, ma non per questo muta il significato.
- 3) *Roma potrebbe non essere stata la capitale d'Italia.*

# I nomi propri non hanno significato?

- Alcuni studiosi (Noailly 1987, 71; Vuillemin 1980, 264) hanno concluso che i nomi propri non hanno significato.
- Ma:
  - Un segno senza significato non è un segno
  - Il significato di un segno è ciò per cui quel segno sta
  - *Roma è la capitale d'Italia vs. Ecxterrr è la capitale di Kernbbolsatkkkls*
- I nomi propri che hanno più referenti (es. *Anna*) hanno tanti significati quanti sono i loro referenti e il contesto disambigua fra di essi.

# I nomi di prodotti

**Proposta:** I nomi di prodotti denotano un insieme di cose per il tramite di certe proprietà, quindi intuitivamente sono nomi comuni.

## Prove a sostegno:

- 1) La distinzione fra nomi numerabili e non numerabili si applica ai nomi di prodotto (*Fiat 500* vs. *Fanta*) e ai nomi comuni (*libro* vs *acqua*), ma non ai nomi propri.
- 2) Determinanti accettati:

# I nomi di prodotti

<b>Nomi comuni numerabili</b>	<b>Nomi di prodotti numerabili</b>
La casa di mia moglie	la Fiat 500 di mia moglie
una casa	una Fiat 500
quattro case	quattro Fiat 500
molte case	molte Fiat 500
alcune case	alcune Fiat 500
tutte le case	tutte le Fiat 500

# I nomi di prodotti

<b>Nomi comuni non numerabili</b>	<b>Nomi di prodotto non numerabili</b>
del burro	della Fanta
un po' di burro	un po' di Fanta
molto burro	molta Fanta
poco burro	poca Fanta
tutto il burro che hai portato	tutta la Fanta che hai portato

# La necessità dell'origine

- ▶ La differenza fra normali nomi comuni e nomi di prodotto risiede nella necessità dell'origine.
- ▶ Problemi di copyright
- ▶ Il passaggio da nome di prodotto a normale nome comune non è il passaggio da nome proprio a nome comune, ma consiste nell'abbandono della necessità dell'origine.

# Nomi di azienda

- ▶ Problemi ontologici: una azienda è un individuo o un genere di individui?
- ▶ Una azienda non è «identica» ai suoi impianti, alle sue sedi, ai suoi dipendenti.
- ▶ Una azienda nasce, ha una evoluzione e muore, come gli individui.

