


# **Técnicas de *marketing* en los diccionarios españoles e italianos**

**Alessia Bordoni**

# Introducción

- Entre las formas de producción neológicas de los lenguajes de especialidad encontramos el préstamo lingüístico.
- El lenguaje científico de la economía es uno de lo más afectados por la presencia masiva de dichos préstamos.
- En Economía, el inglés es cada vez más frecuente → importación y sucesiva difusión de vocablos ingleses en las demás lenguas.
- Estos términos aparacen en textos especializados y sucesivamente pasan a contextos de carácter más divulgativo de tal manera que, en primer lugar, se registran en los diccionarios de especialidad y, posteriormente aparecen en los diccionarios de uso.



El objetivo de este trabajo es estudiar el grado de permeabilidad que tienen nuestras lenguas, español e italiano, ante la entrada de anglicismos.



# Definiciones de 5 entradas:

- Branding
- Feedback
- Outsourcing
- Packaging
- Target

# Selección de material

## Diccionarios Generales:

- *Diccionario de Uso del Español Actual CLAVE 2004 (CL)*
- *Diccionario del Uso del Español de Maria Moliner 2007 (MM)*

## Diccionarios de Especialidad:

- *Diccionarios de Economía y Finanzas de Ramón Tamames y Santiago Gallego 2005 (DEF)*

## Dizionari Generali:

- *Lo Zingarelli 2007 (ZING07)*
- *Vocabolario della Lingua Italiana di Giacomo Devoto e Giancarlo Oli 2008*

## Dizionari Specialistici:

- *Dizionario di Economia e Gestione Aziendale di Federico del Giudice 2004 (DEGA)*



# Material

1. En primer lugar se verificará si la micro y la macro estructura del artículo lexicográfico presente en el diccionario general queda reflejada en los diccionarios especializados, españoles e italianos respetivamente.
2. En los casos en que no haya coincidencia entre diccionario general y de especialidad, se analizarán las divergencias y se tratará de constatar si el término inglés ha sido adaptado a las lenguas y si se han dado modificaciones semánticas, incluso parciales.
3. Por ultimo, se tratará de establecer las analogías y/o divergencias existentes en las tendencias entre ambas lenguas.

## Español

- **CL**  
Branding (ing.) s.m.  
*Actividad comercial que consiste en reforzar los valores positivos de una marca.*
- **MM**  
*No aparece registrado el lema.*
- **DEF**  
*No aparece registrado el lema.*

## Italiano

- **VLI**  
*El lema no aparece registrado.*
- **ZIN07**  
Branding [ing. dal v. to brand “marchiare a fuoco”]  
*il complesso delle attività volte alla promozione del marchio di un’azienda.*
- **DEGA**  
*El lema no aparece registrado.*

# Branding

## Español

- CL  
[feedback (ingl.) s.m. → **retroacción** ]
- MM  
**feedback** o **feed-back** (ingl.) m.  
Retroalimentación
- DEF  
**Feed-fack** Véase *retroalimentación*  
**retroalimentación** = *acumulación a una cierta base de los incrementos producidos por la misma en una fase anterior. // En cibernética y en informática se utiliza la expresión para referirse a que los resultados conseguidos en una primera etapa de soluciones de un problema, se utilizan en la segunda, y así sucesivamente...*

## Italiano

- VLI  
nel marketing, informazione in risposta ad una campagna commerciale.
- ZIN07  
**feed back** (fig.) *effetto retroattivo di un'azione o di un fenomeno: studiare, registrare il f. negativo di una campagna pubblicitaria.*
- DEGA  
**Feed back** (informazione di ritorno) *meccanismo di retroazione (o azione di ritorno) che caratterizza i sistemi informatici: il feed back rappresenta la conseguenza di un'azione o di un segnale che modifica a sua volta la causa o il segnale originari. Il termine ha acquisito accezione più estesa indicando qualsiasi meccanismo di analisi, controllo e correzione di un fenomeno variabile, in cui le informazioni derivanti dall'andamento del fenomeno in una frase, vengono più utilizzate nella fase successiva.*

# Feedback



## Español

- CL  
**outsourcing** (ing.) → [externalización]
- MM  
**outsourcing** (ing.) m. Econ.  
Externalización
- DEF  
**outsourcing** = *tendencia, cada vez más acusada entre las grandes empresas, a contratar con terceros los servicios que precisan en las áreas informáticas, de vigilancia, seguridad, etc. De ese modo, el subcontraente puede concentrarse en la estrategia y en la gestión de lo fundamental de su actividad propia.*

## Italiano

- VLI  
*L'appalto a una società esterna di determinate funzioni o servizi, o anche di interi processi produttivi.*
- ZIN07  
*terziarizzazione*
- DEGA  
**Outsourcing** (esternalizzazione)  
*È una particolare formula di gestione aziendale secondo la quale vengono affidate all'esterno tutte quelle mansioni che, svolte all'interno della struttura aziendale, richiederebbero un notevole dispendio di risorse con risultati non soddisfacenti. Se appaltate a terzi professionalmente capaci, lo svolgimento di tali funzioni risulta, invece, più economico ed efficiente. Il principio alla base di tale tecnica è quello di "far fare ad altri quello che sanno fare meglio di noi": in questo modo l'azienda è liberata da tutte quelle funzioni non strettamente correlate al suo campo: d'azione (es. l'ufficio contabile) e può concentrarsi più efficacemente sulla sua attività principale, migliorando la qualità dei servizi ottenuti ed economizzando sui costi. Affinché si possa ricorrere su larga scala alla tecnica dell'outsourcing è necessario che:*
  - siano presenti sul territorio operatori in grado di garantire un servizio migliore, nei tempi necessari al processo produttivo ed a costi più bassi rispetto a quelli necessari per lo svolgimento delle medesime mansioni all'interno dell'impresa.
  - vi sia la disponibilità psicologica del management a ridurre la dimensione dell'impresa, limitando in tal modo il potenziale potere direttivo.

# Outsourcing

## Español

- CL

(ing.) s.m.

1. en marketing, técnica de presentación de los productos, esp. De su embalaje o empaquetado, para que resulten atractivos al comprador.

2. Fabricación y comercialización de envases.

- MM

[pácayin](ing.) m. Empaquetado de un producto comercial. \* Caja, bolsa, etc.

- DEF

- El lema no aparece registrado

## Italiano

- VLI

Ingl. In it. S.m. invar.

nel marketing. Modalità di confezione e di presentazione di un prodotto, studiate in funzione della vendita.

\* Der. Di *to* (*package*) 'impaccare'.

- ZIN07

[ingl., da *to package* 'impaccare'; 1985]

**s.m. inv.**

\* Nel marketing, modalità di imballaggio e confezione di un prodotto, studiata per razionalizzare il trasporto e per attirare i consumatori.

- DEGA

- [CONFEZIONE] Elemento da Marketing mix che svolge la funzione di comunicare alla clientela la natura, la qualità e le caratteristiche del prodotto. Oltre, infatti, alla funzione primaria di contenere il prodotto, garantisce il mantenimento della qualità ed un'adeguata protezione da fattori fisici ed atmosferici durante il .....

# Packaging

## Español

- **CL**  
(ing.) s.m.  
Objetivo que se debe cumplir.  
PRON. [tárguet]  
USO Su uso es innecesario y puede sustituirse por *objetivo*.
- **MM**  
El lema no aparece registrado
- **DEF**  
“Trans-European Automatic Real Time Gross Settlement Express Transfer System” .....

## Italiano

- **VLI**  
(ingl.) (pl. *Targets*), in it., s.m., invar  
Nel linguaggio commerciale, la fascia dei potenziali acquirenti di un prodotto, o dei fruitori di un messaggio pubblicitario; anche, i quantitativi da raggiungere nella vendita di un prodotto.
- **ZIN07**  
[ingl. *target* ‘bersaglio’ propr. ‘scudo, targa’ **s.m.inv.**  
1 (*comm.*) Fascia dei potenziali consumatori di un prodotto alla quale si rivolgono le strategie di vendita di un’azienda.  
2 (*comm.*) obiettivo di vendita
- **DEGA**  
È l’obiettivo che s’intende conseguire in un determinato periodo id tempo. Il termine può essere riferito a molteplici ambiti, designando, ad esempio, il risultato che ci si prefigge di realizzare nella produzione, nei costi o nelle vendite.

# Target



# Conclusión

-Parece confirmarse la tradicional tendencia de la lengua italiana a adoptar préstamos crudos.

-Es probable que el español viva un momento de mayor apertura hacia el anglicismo.

-Hoy en día podemos hablar de una situación que tiende a la aproximación de actitudes entre las lenguas española e italiana.

## **FUENTE:**

M. Gilarranz Lapeña, «Técnicas de marketing en los diccionarios generales y especializados, españoles e italianos» en *Léxico español actual II*, ed. de L. Luque Toro, Venezia, Cafoscarina, 2009, pp. 87-99.