

## UN ENCUENTRO MORFOFONOLÓGICO INSÓLITO: LOS SUFIJOS DIMINUTIVOS DEL ESPAÑOL Y LAS MARCAS INTERNACIONALES<sup>1</sup>

ZOLTÁN KRISTÓF GAÁL

Universidad Eötvös Loránd de Budapest

**Resumen:** En este artículo se examinará un área algo extraña y por ello hasta ahora inexplorada de la morfofonología del español. Es bien sabido que el uso de los sufijos apreciativos, sobre todo el de los diminutivos goza de una vitalidad extraordinaria en el español actual. Dicha vitalidad queda reflejada en el carácter regular y productivo de la aplicación del proceso. También está demostrado que la elección entre los alomorfos de los sufijos diminutivos está regida por principios fonológicos bien determinados. Pero ¿qué ocurre cuando los hablantes nativos se ven obligados a despegarse de su rutina lingüística y tienen que añadir un sufijo diminutivo a palabras que raramente someterían a tal mecanismo (a saber, nombres de marca internacionales)? El estudio presenta una aproximación pionera a esta cuestión centrándose en la noción de la analogía y llega a la conclusión de que mientras la sufijación de los nombres de marca de terminación natural es algo menos consistente que la de las palabras españolas (nativas o nativizadas) de idéntica terminación, en aquellos de terminación exótica sí se puede observar cierta coherencia con el resto del sistema.

**Palabras clave:** sufijo apreciativo, morfofonología, fonotáctica, marca internacional, analogía

**Abstract:** In this article we will examine a somewhat strange and still unexplored area of Spanish morphophonology. It is a well-known fact that the use of evaluative (and particularly the diminutive) suffixes enjoys a great vitality in today's Spanish. Their vitality is reflected by the regular and productive character of the application of the process. It has also been demonstrated that the choice between the allomorphs of the diminutive suffixes is governed by well-defined phonological principles. But what happens when native speakers must leave behind their linguistic routine and have to add a diminutive suffix to words that they rarely would submit to this mechanism (namely, international brand names)? The article displays a pioneer approach to the question with particular focus on analogy and concludes that while the suffixation of the brand names that end in a phonotactically natural segment is somewhat less consistent than the suffixation of Spanish words with the same ending, those of exotic ending do show certain degree of coherence with the rest of the system.

**Keywords:** evaluative suffix, morphophonology, phonotactics, international brand name, analogy

---

<sup>1</sup> Quisiera dejar constancia de mi más sincero agradecimiento a Zsuzsanna Bárkányi, Mátyás Rosenberg e Ildikó Szijj por sus comentarios valiosos sobre la primera versión del trabajo y a David Eddington por haber puesto a mi disposición su manuscrito. Los errores que hayan quedado eventualmente en el texto son de mi absoluta responsabilidad. ZKG.

## Introducción

Las lenguas del mundo ofrecen un repertorio bien rico para expresar las connotaciones afectivas. Lázaro Mora<sup>2</sup> enumera un amplio abanico de estrategias (ilustradas con ejemplos procedentes del español) que se pueden emplear para tal fin. Primero se refiere a la prosodia, la cual es capaz de “desteñir” términos y expresiones de por sí ofensivos (p. ej. *hi de puta*). El léxico también nos proporciona recursos para expresar la afectividad, basta pensar en las interjecciones (p. ej. *¡jobar!*), las cuales son parte importante de nuestra comunicación diaria. En el inventario sintáctico también hallamos mecanismos destinados a la gradación e intensificación, entre ellos la repetición (*tengo un hambre atroc<sub>z</sub>, atroc<sub>z</sub>, atroc<sub>z</sub>*). Pero la morfología tampoco es una excepción, y es aquí donde entran en escena los sufijos apreciativos.

La sufijación apreciativa constituye un campo de investigación sumamente fértil que cuenta con el interés de (por lo menos) tres ámbitos de la lingüística: en las últimas décadas numerosos fonólogos, morfólogos e incluso dialectólogos hicieron mucho esfuerzo por descifrar el laberíntico mundo de los sufijos en cuestión<sup>3</sup>. Este interés no solamente se manifiesta en el número de las publicaciones dedicadas al tema, sino también en la amplia gama de perspectivas teóricas desde las cuales se ha enfocado el fenómeno: una breve y rápida revisión de la copiosa bibliografía sobre la diminutivización en el castellano es suficiente para ver que los sufijos involucrados en el proceso mencionado inspiraron a los representantes de varios modelos lingüísticos de gran envergadura de las últimas décadas, entre ellos la Gramática Generativa, la Teoría de Optimalidad y también la Modelación Analógica del Lenguaje. Si bien se trata de un área bien descrita de la morfofonología del español, no dejan de surgir preguntas, entre ellas la que ha dado vida al presente artículo: ¿qué principios siguen los hablantes nativos cuando la “materia prima” para la diminutivización no la constituyen palabras nativas (o nativizadas) del español? Nuestro artículo de carácter exploratorio, edificado sobre la noción de la analogía, pretende dar respuesta a esta pregunta mediante el análisis de un corpus formado por nombres de marca internacionales. Sin embargo, antes de emprender tal análisis es preciso repasar los orígenes y las características del diminutivo *-ito*, el cual será el protagonista de este trabajo.

---

<sup>2</sup> Fernando A. LÁZARO MORA, “La derivación apreciativa”, in: Ignacio BOSQUE – Violeta DEMONTE (eds.), *Gramática descriptiva de la lengua española*, Madrid, Espasa, 1999, 4645-4682.

<sup>3</sup> Cabe añadir que en las aproximaciones más recientes incluso encontramos guiños hacia la sociolingüística.

## La sufijación apreciativa en las lenguas románicas

La sufijación apreciativa no es un fenómeno nuevo en las lenguas románicas. Una parte considerable de los sufijos que se emplean hoy en el mundo hispanohablante (siendo en su mayoría específicos de algún territorio) tiene un antecedente bien documentado en el latín. Merece la pena pasar revista, aunque superficialmente, a la evolución histórica que condujo a la variación geográfica que se puede observar en la actualidad. Penny<sup>4</sup> presenta con todo lujo de detalles la suerte que corrieron los diferentes sufijos diminutivos. De entre los que actualmente se hallan arrinconados en territorios más o menos extensos, dos tuvieron estatus por defecto: en la Edad Media *-ico* (cuya presencia se limita a Aragón, Andalucía Oriental y ciertas regiones de América Central) y en los Siglos de Oro *-illo* (el cual es un rasgo exclusivo de Andalucía).

En el español actual el sufijo diminutivo por defecto es *-ito*. En cuanto al origen del sufijo en cuestión, Penny<sup>5</sup> plantea que fue extraído de nombres propios (p. ej. BONITTA, SALVITUS) y añade que probablemente gozaba de una vitalidad notable ya en el latín hablado, pues sus derivados se encuentran bien representados en las lenguas románicas: fr. *-et, -ette*; it. *-etto, -etta*; cat. *-et, -eta*. (En este punto es preciso recalcar que, tal y como lo señala Smith<sup>6</sup>, en la morfología del francés actual no existe ningún patrón productivo de sufijación apreciativa, por tanto los elementos *-et* y *-ette* solo se pueden observar en formaciones lexicalizadas, p. ej. *lunettes* ‘gafas’.) En el español solo se usaba esporádicamente hasta los siglos XIV-XV, cuando empezó a ser más frecuente gracias, sobre todo, a los escritores que pretendían reflejar la lengua hablada en sus obras literarias (una de las mejores muestras de esta tentativa es *La Celestina* de Fernando de Rojas).

## Los rasgos principales de los diminutivos del español

En la literatura fonológica y morfológica existe una discordia sobre si la diminutivización es un proceso de derivación o flexión. La fuente de tal discordia es que el mecanismo muestra rasgos propios de ambos tipos de operación morfológica: su carácter regular y productivo, más la conservación de la clase de palabra de la base (*casa > casita*) lo emparentan con la flexión, mientras que el cambio frecuente del referente (p. ej. *coche* ‘automóvil destinado al transporte de personas’ y *cochecito* ‘coche de niño’; en casos así se habla de lexicalización) lo relaciona más bien con la derivación. Este artículo no pretende hacer juicio entre ambas posturas, por tanto utilizará la denominación neutra “sufijación apreciativa”.

---

<sup>4</sup> Ralph PENNY, *Gramática histórica del español*, Barcelona, Ariel, 2008.

<sup>5</sup> *Ibidem*, 319.

<sup>6</sup> John Charles SMITH, “French and northern Gallo-Romance”, in: Adam LEDGEWAY – Martin MAIDEN (eds.), *The Oxford Guide to the Romance Languages*, Oxford, Oxford University Press, 2016, 292-318.

El presente trabajo se concentra en el sufijo *-ito*, por consiguiente las características generales de los sufijos diminutivos se presentarán a través de este sufijo concreto. Una importante propiedad fonológica de esta clase de morfemas, la cual es otro argumento a favor de su pertenencia al ámbito de la derivación, es la de atraerse el acento léxico (*bevo* > *besito*). Los sufijos diminutivos crean formas paroxítonas, es decir, el patrón acentual no marcado del castellano, de ahí que a los niños les resulte fácil adquirir el uso de este tipo de morfemas. Desde la perspectiva de la sintaxis merece ser mencionada la posibilidad del uso recursivo, por el cual un mismo sufijo puede aplicarse más de una vez sobre una base (*chico* > *chiquito* > *chiquitito*)<sup>7</sup>. Hablando de clases de palabra, los sufijos diminutivos prefieren agregarse a sustantivos (*vaca* > *vaquita*) y adjetivos (*pequeño* > *pequeñito*), aunque hay dialectos –el caso más extremo es el mexicano– en los cuales pueden añadirse a prácticamente cualquier tipo de palabra, incluso a los numerales (*uno* > *unito*). La RAE<sup>8</sup> destaca, además, que su uso también está sujeto a un importante factor semántico, a saber, se unen principalmente a sustantivos contables. No es sorprendente, pues, que si un sustantivo tiene tanto una lectura contable como una incontable, el sufijo diminutivo se agregue en caso de la primera (“*las lucecitas que se veían en el cielo*” cfr. “*aquí hay poca luz para leer*”). Para terminar, pero no en último lugar, merece atención la rica explotación pragmática de los sufijos diminutivos: después de haber experimentado un proceso de gramaticalización, aparte de su función básica (indicar el tamaño o la cantidad pequeños de su referente), también pueden expresar nociones más abstractas como cariño (*abuelita*), gradación (*cerquita*), atenuación (*gordito*), ironía (*abogadito*) o desprecio (*mujercita*).

## Los alomorfos del sufijo *-ito*

### Los criterios de elección de los alomorfos

El estudio pretende ofrecer la imagen más homogénea posible, por tanto se centra solamente en el sufijo *-ito*, más en las variantes *-cito* y *-ecito* del mismo. Eddington<sup>9</sup> estipuló los criterios que rigen la elección entre los tres alomorfos tomando en consideración un corpus escrito de unos 2500 ejemplares. El contenido del subcapítulo citado no es sino un extracto de otro artículo<sup>10</sup> del mismo autor, en el cual Eddington propone un modelo analógico de la sufijación apreciativa siguiendo los fundamentos teóricos

---

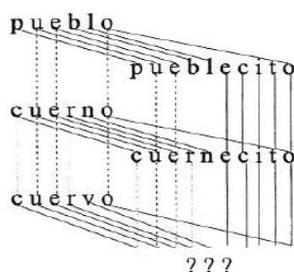
<sup>7</sup> Hace falta introducir una restricción a propósito de la noción de la recursividad: según se desprende del número de ocurrencias de las formas sufijadas de la palabra *chico* en el Corpus de Referencia del Español Actual, la operación raramente se realiza más de dos veces (*chiquito*: 531 ejemplares; *chiquitito*: 69 ejemplares; *chiquititito*: ningún ejemplar).

<sup>8</sup> REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, *Manual de la Nueva Gramática de la Lengua Española*, Madrid, Espasa, 2010, 165.

<sup>9</sup> David EDDINGTON, “Morphophonological Alternations”, in: José Ignacio HUALDE – Antxon OLARREA – Erik O’ROURKE (eds.), *The Handbook of Hispanic Linguistics*, Wiley-Blackwell, 2012, 193-208.

<sup>10</sup> David EDDINGTON, “Spanish diminutive formation without rules or constraints”, in: *Linguistics* 40-2, 2002, 395-419.

formulados por Skousen<sup>11</sup> y abogando por la supremacía de este enfoque con respecto a las reglas de la fonología generativa o las restricciones de la Teoría de la Optimidad. Uno de los postulados de la Modelación Analógica del Lenguaje es que tanto las formas regulares como las irregulares se crean por medio de la analogía. Según el trabajo de Eddington engendrado en este marco teórico, la forma diminutivizada de las palabras frecuentes se almacena en el léxico mental como elemento lexicalizado asociado a la palabra de base, mientras que el diminutivo de las palabras menos frecuentes se forma por analogía con las más frecuentes. La siguiente figura (tomada de Eddington) ilustra el funcionamiento de la red analógica, en la cual no solamente existe un vínculo entre las bases y las formas sufijadas correspondientes, sino también entre las distintas bases y las distintas formas sufijadas:



Como se ha dicho, en este modelo la analogía desempeña un papel fundamental: según una simulación computacional, en caso de que el funcionamiento del sistema se vea perturbado por algún “ruido”, la analogía elegirá la forma diminutivizada correcta con una probabilidad mayor del 90%. En la aproximación a base de ejemplares (*exemplar-based*) se han perfilado las siguientes tendencias:

Fonema final	Proceso	Ejemplo	Total	Correcto (%)
/o/	añade <i>-ito</i> a la raíz suprimiendo <i>-o</i>	<i>carro &gt; carrito</i>	948	96
/a/	añade <i>-ita</i> a la raíz suprimiendo <i>-a</i>	<i>pena &gt; penita</i>	1044	96
/e/	añade <i>-cito/a</i> a la raíz, según el género	<i>llave &gt; llavecita</i>	90	86
/e/	añade <i>-ito/a</i> a una raíz de más de tres sílabas, suprimiendo <i>-e</i>	<i>elefante &gt; elefantito</i>	72	99
/r/	añade <i>-cito/a</i> a la raíz, según el género	<i>pastor &gt; pastorcito</i>	58	83
/n/	añade <i>-cito/a</i> a la raíz, según el género	<i>colchón &gt; colchoncito</i>	104	94
/l/	añade <i>-ito/a</i> a la raíz, según el género	<i>Isabel &gt; Isabelita</i>	75	97
/s/	añade <i>-ito/a</i> a la raíz, según el género	<i>Andrés &gt; Andresito</i>	28	50
otro fonema	añade <i>-ito/a</i> a la raíz, según el género	<i>reloj &gt; relojito</i>	28	39

<sup>11</sup> Royal SKOUSEN, *Analogical Modelling of Language*, Kluwer Academic Publishers, 1990.

La tabla de arriba nos permite hacer varias observaciones. Por un lado, se puede ver que la elección entre los alomorfos está regida por dos factores fonológicos: la terminación, y en caso de las bases terminadas en *-e*, el número de sílabas de la base. Eddington, en sus trabajos más recientes<sup>12</sup> llama la atención en que en este último tipo existe una considerable variabilidad no solo interdialectal, sino también intradialectal y en muchos casos incluso intralocutor –más tarde volveremos sobre los factores influyentes. También salta a la vista que el alomorfo *-ecito* no figura en la tabla. El autor explica tal ausencia diciendo que como este alomorfo ocurre en caso de una cantidad pequeña de palabras, a propósito de esta variante no se pueden hacer generalizaciones parecidas a las que se refieren a las otras dos. La tabla también deja ver que la elección del alomorfo es mucho menos consistente en las últimas dos categorías (palabras terminadas en /s/ y en “otro fonema”). Sin embargo, la etiqueta “otro fonema” es demasiado vaga para este trabajo, por tanto debemos revisar las restricciones fonotácticas que vigilan la posición final de palabra en español, las cuales nos podrán acercar a establecer las hipótesis del trabajo.

### Restricciones fonotácticas sobre la posición final de palabra

En términos generales, cabe decir que en el español la posición final de palabra está vetada por restricciones fonotácticas estrictas. Aunque Eddington no se refiere a estas de manera explícita, la evaluación de su corpus deja la mayoría de ellas a la vista.

En lo tocante a las palabras terminadas en consonante, se puede ver que en el léxico patrimonial solo las coronales (es decir las dentales y las alveolares) son naturales en esta posición (otros ejemplos: *pan, sol, ser, vid, caries*). Las consonantes producidas en otras áreas de la cavidad bucal, entre ellas las bilabiales y las velares solo ocurren en latinismos (*cuórum*) o en préstamos procedentes de otros idiomas (*bulldog*). Las oclusivas, excepto la /d/, aparecen exclusivamente en estos dos tipos de vocablos (*pub, airbag*), por tanto merecen una atención distinguida. Como estas terminaciones quedan al margen de los patrones fonotácticos nativos, es de esperar que los hablantes “se enfrenten” a ellas recurriendo a diferentes estrategias de reparación en el habla. Bárkányi<sup>13</sup> realizó un experimento con siete hablantes del español peninsular centro-norteño y llegó a la conclusión de que efectivamente había mucha variación en la implementación de los segmentos en cuestión (elisión, espirantización, etc.).

La evaluación habla por sí sola en caso de las palabras terminadas en vocal también. Es llamativo que en español –a diferencia de otras lenguas románicas, como el italiano– solo las medias /e/ y /o/ y la baja /a/ puedan aparecer en posición final de palabra.

---

<sup>12</sup> David EDDINGTON, “Dialectal Variation in Spanish diminutives: A performance model”, in: *Studies in Hispanic and Lusophone Linguistics* 10-1, 2017, 39-66.

David EDDINGTON, “An Experimental Investigation of Variation in Spanish Diminutives”, manuscrito.

<sup>13</sup> Zsuzsanna BÁRKÁNYI, “Is there final devoicing in Spanish?”, in: Péter SZIGETVÁRI (ed.): *VLLx: Papers presented to László Varga on his 70th birthday*, Budapest, Tinta Könyvkiadó, 2013, 279-288.

Las altas se pueden detectar solamente en préstamos (*guirí*, *espaguetí*) o en palabras truncadas (*bici* < *bicicleta*). Esta terminación se considera exótica, por tanto, como ya ha sido descrito por Prieto<sup>14</sup>, la elección del alomorfo en caso de palabras de este tipo no es consistente.

El corpus de Eddington solo contiene palabras terminadas en segmento simple (ya sea este vocálico o consonántico). En español sí existen codas ramificadas, incluso en posición final de palabra (resonante+/s/: *vals*; obstruyente+/s/: *bíceps*), pero son muy escasas (según un recuento citado por Quilis<sup>15</sup> solo un 0.16% de las sílabas españolas contiene dos elementos en la coda) y están sujetas a restricciones severas (el segundo elemento solo puede ser una /s/). Los hechos fonéticos también respaldan la idea de que estas formaciones son ajenas a la rutina lingüística de los hablantes: como dice Hualde<sup>16</sup>, palabras como *extra* o *transporte* se pronuncian muchas veces como [ˈes.tɾa] y [ˈtras.ˈpoɾ.te], respectivamente.

### El estatus morfológico de los diminutivos

Antes de pasar a examinar el corpus, es preciso parar en una cuestión teórica, puesto que no hay acuerdo absoluto entre los fonólogos y los morfológicos que se han ocupado del tema sobre si el morfema apreciativo se debe considerar sufijo o infijo. En la literatura hay algunos ejemplos (contados) recurrentes que hacen bascular la balanza hacia la infijación: uno de ellos es *Carlos* → *Carl-it-os*. Este procedimiento insólito tiene una explicación psicolingüística: los hablantes interpretan erróneamente la /s/ final como morfema flexivo de plural, y como este es morfema de cierre, ningún otro sufijo puede aparecer detrás de él.

### La sufijación diminutiva de las marcas internacionales

#### Material e hipótesis

La elección del tema está motivada por varios objetivos: por una parte, explorar si los principios fijados por Eddington son igual de eficaces cuando los hablantes se ven obligados a apartar su rutina lingüística y deshacerse de la sujeción de la pragmática, y tienen que diminutivizar unas palabras (fonotácticamente bien formadas) sobre las cuales no emplearían dicho proceso, o solamente lo harían en ciertas circunstancias (por ejemplo, en caso de un vehículo es plausible que el diminutivo exprese cariño); y por otra parte, descubrir las estrategias a las cuales los hablantes recurren al encontrarse con formaciones fonotácticas no nativas. Además, el estudio también podrá revelar hasta

---

<sup>14</sup> Pilar PRIETO, “Morphophonology of the Spanish diminutive formation: a case for prosodic sensitivity”, in: *Hispanic Linguistics* 5 (1-2), 169-205.

<sup>15</sup> Antonio QUILIS, *Tratado de fonología y fonética españolas*, Madrid, Gredos, 1999, 370-371.

<sup>16</sup> José Ignacio HUALDE, *Los sonidos del español*, Washington D.C., Cambridge University Press, 2004, 63-64.

qué punto es apto el modelo analógico de Eddington para modelar las formas sufijadas aquí tratadas.

El presente artículo se nutre de un corpus constituido por 16 marcas internacionales. La recopilación de datos se llevó a cabo por medio de un cuestionario de Google que se compartió tanto en páginas de redes sociales frecuentadas principalmente por hispanohablantes como por correo electrónico. En el cuestionario los nombres de marca aparecían acompañados por su logotipo. En el estudio se manejó material procedente de 60 personas. Este corpus es de dimensiones mucho más reducidas que aquellos utilizados por Eddington, sin embargo, según se espera, esta cantidad de datos también resultará suficiente para arrojar luz sobre ciertas tendencias. El corpus consta de los siguientes nombres de marca:

Skoda	Marlboro	Porsche	Colgate	Lipton	Camel	Knorr	Pepsi
Maggi	Kitkat	Nesquik	7up	Pampers	Vans	Halls	Whiskas

Antes de rastrear el corpus, cabe formular las siguientes hipótesis fonotácticamente motivadas:

1. Los informantes tratarán las palabras terminadas en la vocal baja /a/ (*Skoda*), la vocal media /o/ (*Marlboro*), así como aquellas finalizadas en consonante resonante (*Lipton*, *Camel*, *Knorr*) como si fueran palabras del español, por tanto la forma diminutivizada se creará en gran porcentaje de los casos según los principios establecidos por Eddington, por analogía de las palabras nativas. Sin embargo, según otros trabajos más recientes<sup>17</sup> del autor, esta hipótesis no se puede sostener en caso de las marcas que terminan en la vocal media /e/ (fonotácticamente igual de natural que las otras dos vocales).
2. En caso de las palabras terminadas en vocal alta (*Pepsi*, *Maggi*) y en oclusiva sorda (*Kitkat*, *Nesquik*, *7up*), a falta de patrón nativo (y de una fuente analógica directa), los informantes reaccionarán aplicando diferentes estrategias.
3. Para los nombres de marca terminados en una secuencia consonántica (aquí se tendrán en cuenta las tres combinaciones posibles de resonante+/s/: *Vans*, *Halls*, *Pampers*) probablemente se elija un alófono que empieza por vocal, lo que permitirá la resilabificación del segundo miembro de la formación fonotáctica exótica como ataque de una sílaba siguiente, y de esta manera llegará a respetarse la preferencia del español por el tipo silábico CV.
4. La marca *Whiskas* merece atención aparte a pesar de tener un cuerpo fónico fonotácticamente natural. Como la /s/ final se puede interpretar como morfema flexivo (igual que en caso de *Carlos*), los informantes probablemente produzcan la forma diminutivizada por medio de infijación.

---

<sup>17</sup> EDDINGTON, “Dialectal Variation...”, op. cit.; EDDINGTON, “An Experimental Investigation...”, op. cit.

En lo que sigue, además de la mera presentación y evaluación de los datos, nuestra atención también se extenderá a las siguientes cuestiones:

1. a propósito del primer grupo (*Skoda, Marlboro; Lipton, Camel, Knorr*) se examinará si un modelo analógico sería capaz de dar cuenta de las formas sufijadas;
2. en caso de los miembros del segundo grupo (*Pepsi, Maggi; Kitkat, Nesquik, 7up*) no se puede hablar de un efecto analógico directo, dado que en el léxico nativo no existen elementos que puedan ejercer de patrón. Aquí se perseguirá un doble objetivo: por un lado, proporcionar una imagen más exacta de la categoría “otros fonemas” de Eddington, y por otro, rastrear las tendencias que podrán caracterizar la sufijación diminutiva de los préstamos de estas terminaciones que el castellano adopte en el futuro.

## Resultados

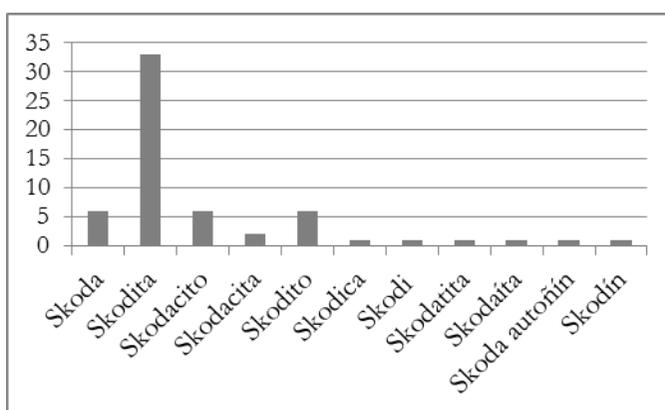
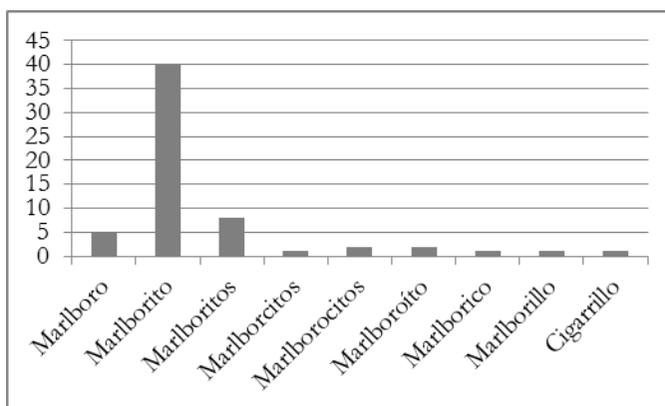
Antes de evaluar las respuestas recibidas, es imprescindible hacer algunos comentarios preliminares. En primer lugar, es evidente que los resultados aquí presentados son de carácter provisional: las conclusiones sobre la validez de los principios fonológicos no pueden considerarse definitivas y el estudio tendrá que ser respaldado con el examen de otros nombres de marca semejantes. En segundo lugar —y esto no es nada sorprendente debido al factor pragmático previamente mencionado— algunos informantes consideraron que una parte de las palabras no podía incorporar sufijo diminutivo. Esta actitud se manifestó de diferentes maneras: en la casilla correspondiente se puso o bien una nota de tipo “no creo que a esta marca se le pueda aplicar la sufijación diminutiva”, o bien la marca misma sin sufijo alguno. (En las tablas ambas soluciones se señalarán con la marca sin sufijo.) En tercer lugar, son de destacar también las soluciones “analíticas”: en estos casos los informantes no sufijaron la marca misma, sino que añadieron el tipo de producto designado por ella y el sufijo se agregó a este: *cochecito Skoda, tecito Lipton, pastita Colgate, sopita Maggi*.

Veamos ahora las soluciones “sintéticas”. Al principio del artículo se ha resaltado que durante la historia de la lengua el estatus de diminutivo por defecto fue poseído por diferentes sufijos, y varios de los que dejaron de tener dicho estatus adquirieron carácter dialectal. Aunque en las instrucciones que precedían al cuestionario figuraba que la investigación pretendía explorar un área específica del funcionamiento del sufijo por defecto de nuestros días, es decir *-ito*, algunos hablantes aplicaron sobre algunas marcas el sufijo característico de su propio dialecto: estos eran *-ico* e *-illo*. Como la elección entre *-ico/-cico* e *-illo/-cillo* está regida por el mismo principio que en caso de *-ito/-cito*, también se tuvieron en cuenta estas formas dialectales, sin embargo, para asegurar la fidelidad a los datos, en las tablas aparecerán por separado.

Empecemos la evaluación con aquellas marcas terminadas en vocal “natural” en cuyo caso el número de sílabas en principio no influye en la elección del alomorfo: *Skoda* y *Marlboro*. Como se puede ver en las cifras, al sufijar estas palabras, en la mayoría de los casos la analogía funciona de manera estable (sobre todo en caso de *Marlboro*, donde el 80% de los ejemplares sigue el patrón nativo). En el corpus figura un ejemplar

Un encuentro morfofonológico insólito: los sufijos diminutivos  
del español y las marcas internacionales

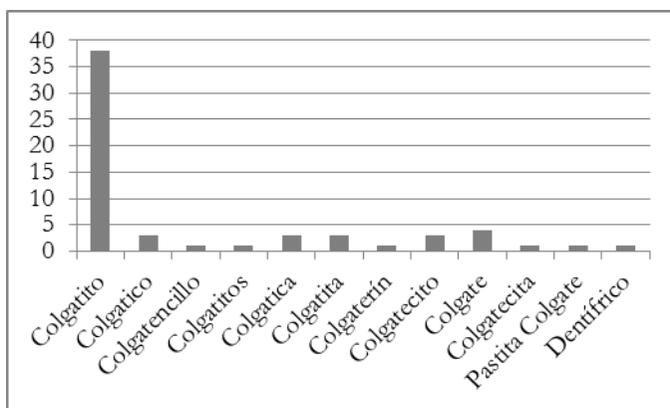
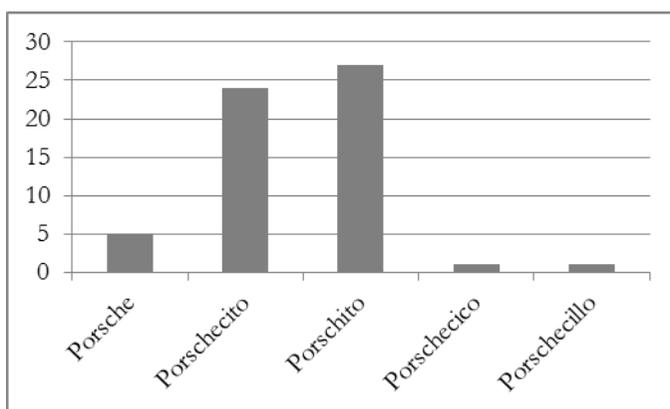
de *marlboroíto* y otro de *skodaíta*, para los cuales se puede encontrar una explicación posible en los estudios que se ocupan de la adquisición de la sufijación apreciativa por los niños. Marrero et al.<sup>18</sup> indican que uno de sus informantes produjo la forma *papáito* (sin suprimir la vocal final) a la de edad de un año y siete meses. Por consiguiente, nuestros dos ejemplares insólitos pueden evaluarse como propios de un momento en el que un hablante añade el sufijo diminutivo a una palabra dada por primera vez.



La siguiente parada serán las marcas terminadas en /e/, en cuyo caso se examinará, siguiendo los criterios de Eddington, un nombre de dos sílabas (*Porsche*) y otro de tres (*Colgate*). Como se puede apreciar, la sufijación de *Colgate* se lleva a cabo de manera aná-

<sup>18</sup> Victoria MARRERO – Carmen AGUIRRE – María José ALBALA, “The acquisition of diminutives in Spanish. A useful device”, in: Ineta SAVICKIENĖ – Wolfgang DRESSLER (ed.), *The Acquisition of Diminutives. A cross-linguistic perspective*, Philadelphia/Amsterdam, John Benjamins Publishing Company, 2007, 155-182.

loga a las palabras nativas en el 80% de los casos, es decir, los informantes prefieren el alomorfo corto. Según Eddington<sup>19</sup> se espera que en caso de *Porsche* se elija el alomorfo largo, sin embargo, en nuestro corpus la forma larga *porschecito* empata con la forma corta *porschito*. Pero a la luz de los resultados del manuscrito reciente del autor esto no es tan sorprendente: en su estudio que tiene en cuenta una serie de variables sociales (lo que lo convierte en empresa pionera en este terreno) y que se basa en datos procedentes de aproximadamente 650 personas llega a la conclusión de que la preferencia por la forma larga se corresponde con el nivel educativo alto. El presente proyecto no maneja la variable “nivel educativo”, por tanto solo una investigación futura podrá revelar si este factor influye en la sufijación de los nombres de marca de la misma manera.

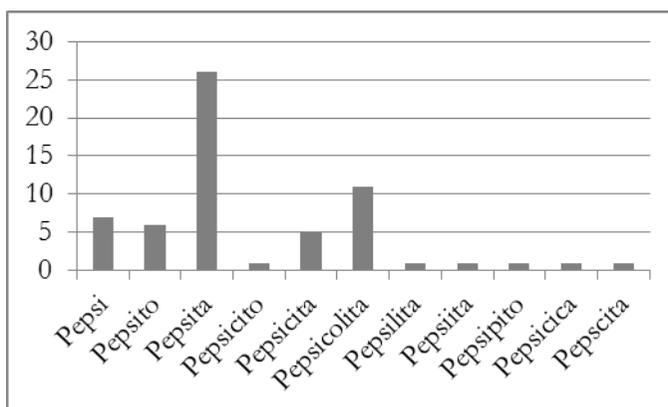
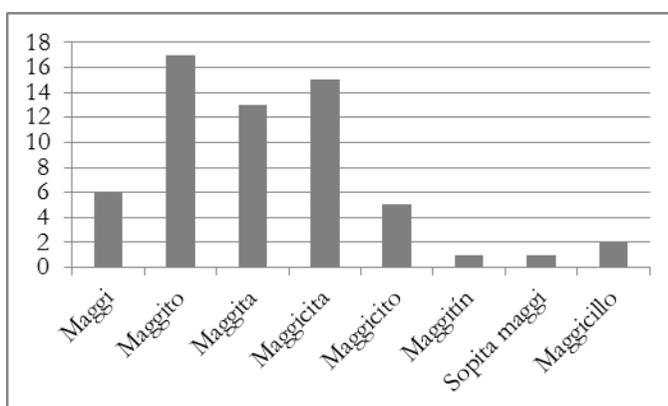


En lo referente a las marcas terminadas en la vocal alta /i/ (*Maggi, Pepsi*), parece corroborarse la hipótesis de que al tratarse de una terminación exótica, las reacciones de

<sup>19</sup> EDDINGTON, “Morphophonological Alternations...”, op. cit., 197.

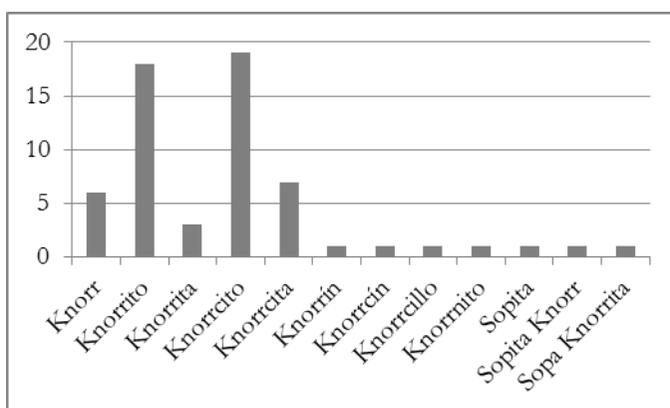
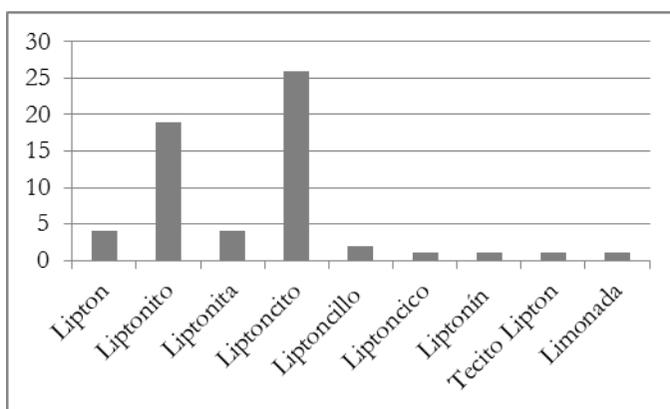
Un encuentro morfofonológico insólito: los sufijos diminutivos del español y las marcas internacionales

los informantes son diversas. En cada caso se cuenta con amplio abanico de soluciones rivales, sin embargo, cabe observar una diferencia fundamental entre las dos marcas: a saber, los alomorfos largos (*-cito/a*, *-cillo/a*, *-cico/a*) están mucho más escasamente representados en Pepsi (10%) que en Maggi (37%). El deseo de evitar la cacofonía (la cual se originaría de la repetición de la secuencia sibilante+/i/) es una explicación plausible para esta discrepancia. Este tipo de haplología se da también en la sufijación de palabras ya adaptadas al castellano (por ejemplo en la derivación *tenis+ -ista > tenista*).



Observemos ahora las palabras terminadas en consonante resonante (*Lipton, Knorr, Camel*). A propósito de la relación entre ortografía y pronunciación, es preciso recalcar que la palabra *Knorr* contiene el dígrafo *rr*, el cual, según la ortografía española solo puede aparecer en posición intervocálica, y el cual tiende a realizarse como una vibrante simple en la pronunciación. Las palabras terminadas en resonante *-tal* y como se puede ver en la tabla arriba citada de Eddington– no se comportan de la misma manera a la hora de elegir alomorfo: aquellas en vibrante y nasal seleccionan *-cito*, mientras que

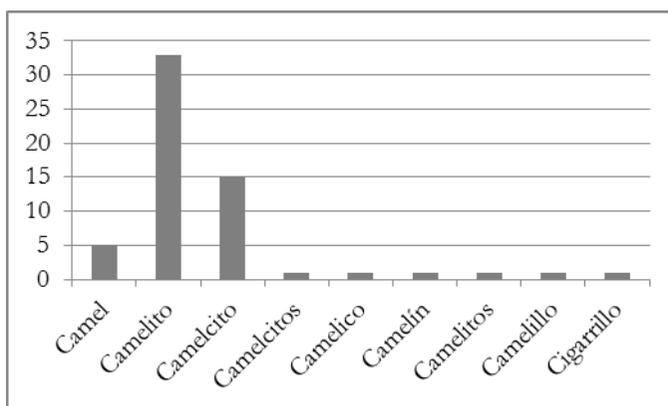
aquellas en lateral optan por *-ito* (aunque Hualde<sup>20</sup> comenta que en algunos dialectos, como el boliviano, una palabra como *hotel* recibiría el alomorfo *-cito*). Dadas las dimensiones del corpus recopilado para esta microinvestigación, no es posible ofrecer una visión abarcadora sobre las estrategias empleadas por los representantes de dialectos particulares, pero sí se pueden hacer algunas observaciones a vista de pájaro. Los informantes que tratan uniformemente las palabras terminadas en alguna consonante resonante (26 personas; los españoles parecen decantarse por *-ito*, mientras que los latinoamericanos más bien optan por *-cito*) son más que los que mantienen la distinción vibrante+nasal/lateral postulada por Eddington<sup>21</sup> (9 personas). Todo esto despierta la sospecha de que en este conjunto de terminaciones la variación dialectal es mayor de la que uno supondría a base de los estudios de este autor.



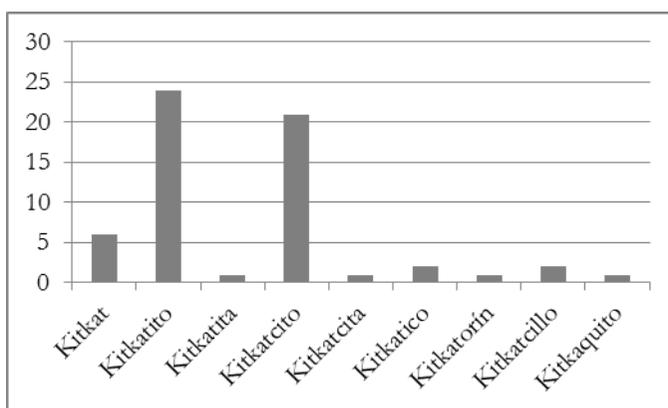
<sup>20</sup> HUALDE, op. cit., 215.

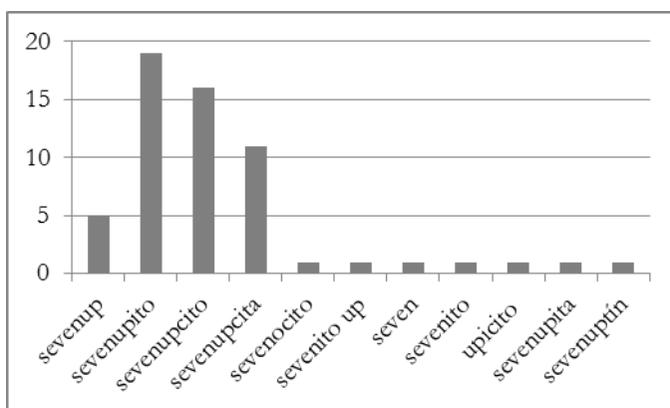
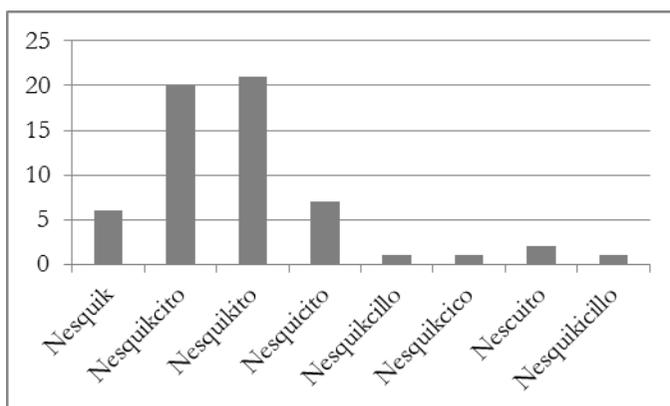
<sup>21</sup> EDDINGTON, “Morphophonological Alternations...”, op. cit., 197.

Un encuentro morfofonológico insólito: los sufijos diminutivos del español y las marcas internacionales



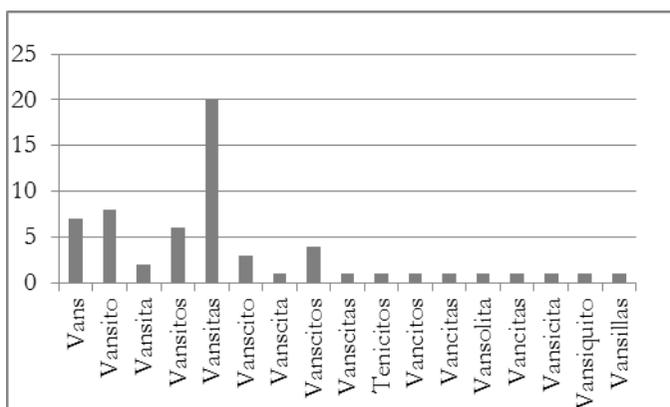
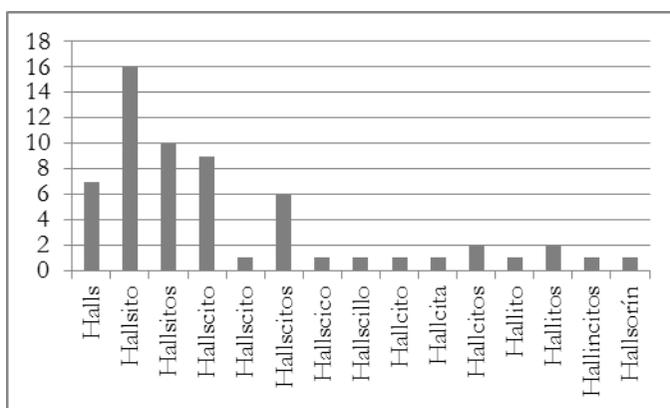
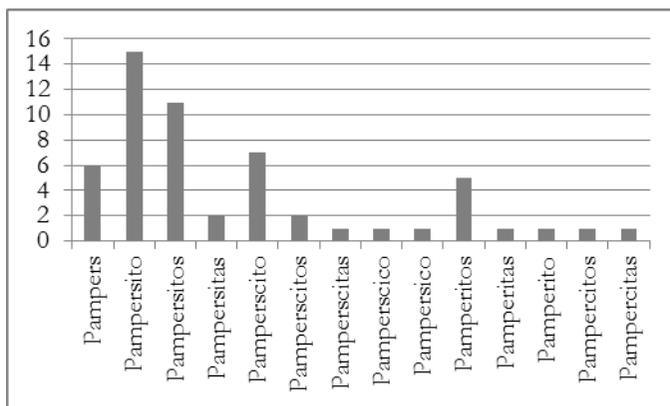
Fijémonos ahora en las oclusivas sordas (categoría representada por *Kitkat*, *Nesquik* y *7up*). El examen de este conjunto de terminaciones parece poner en duda la razón de ser de la categoría “otros fonemas” establecida por Eddington. En el corpus de este autor, en caso de las palabras terminadas en “otro fonema” la elección del alomorfo no es ni de lejos consistente, y el presente estudio también refleja una situación parecida. Como se puede ver en los diagramas, en ningún caso hay una diferencia acusada entre la presencia porcentual de los dos alomorfos. Acercándonos desde el punto de vista dialectológico, hallamos unas preferencias que concuerdan con aquellas documentadas para las consonantes resonantes. Hubo un total de 30 informantes que añadieron el mismo alomorfo a las tres marcas: 15 personas optaron por *-ito*, las otras 15 por *-cito*. El primer grupo lo constituían solo españoles, mientras que en el otro solo había tres informantes peninsulares.



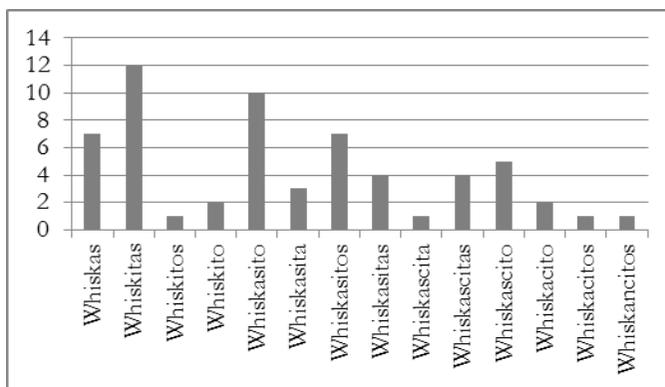


Después de los nombres de marca terminados en segmento simple, pasemos a estudiar aquellos terminados en dos consonantes (*Pampers*, *Halls*, *Vans*), formación fonotácticamente exótica. Cabe suponer que los informantes tratarán de resolver este conflicto, y como \*sC en español no es un ataque bien formado, para lograr tal objetivo la mejor elección es un alomorfo que empieza por vocal. Las cifras muestran claramente que los hablantes procuran evitar la secuencia constituida por una resonante y dos sibilantes, y se decantan por el alomorfo *-ito*: de los 60 informantes, en caso de *Vans* fueron 9 y en caso de *Halls* fueron 11 los que agregaron el alomorfo *-ito* al cuerpo fónico íntegramente conservado de la palabra, mientras que en caso de *Pampers* esta estrategia fue aplicada por un número más alto (18) de informantes. Otra estrategia documentada para cada una de las tres marcas es la elisión de la /s/ final de palabra y la subsiguiente sufijación mediante el alomorfo *-ito*. La elección no es nada sorprendente en las palabras que terminan en vibrante o nasal, puesto que *-ito* es el alomorfo que los hablantes generalmente añaden a las palabras de dichas terminaciones.

Un encuentro morfofonológico insólito: los sufijos diminutivos del español y las marcas internacionales



Para terminar, echemos un vistazo a la marca *Whiskas*, interesante también desde el punto de vista teórico. La hipótesis establecida según la literatura queda confirmada en el sentido de que *Whiskitas* es la forma más numerosa en el corpus. Sin embargo, las formas sufijadas en su conjunto superan numéricamente a las infijadas, lo que parece indicar que los hablantes tratan las palabras extranjeras de esta estructura más bien como monomorfémicas, y son menos (un 20% del total) los que le prestan una estructura segmentable a la forma básica y la interrumpen con una operación morfológica.



### Conclusión

En resumen, cabe postular que los principios fonológicos formulados para la diminutivización de las palabras nativas (y nativizadas) parecen tener menor fuerza predictiva en caso de palabras no nativas (en este caso, marcas internacionales). La sufijación de las palabras en /a/ y en /o/ se realiza, en la inmensa mayoría de los casos, según el patrón nativo. En caso de las dos palabras terminadas en /e/ parece eliminarse la sensibilidad al número de sílabas, ya que la presencia porcentual de *-ito* es muy parecida en los dos casos – la pregunta es si el nivel educativo es el factor influyente en nuestro proyecto también. En cuanto a las palabras terminadas en /i/, los datos apuntan a que el contenido segmental de la última sílaba influye en la elección del alomorfo, lo que parece ser un factor estable en contraste con la selección inconsistente documentada por Prieto<sup>22</sup>. Las palabras no nativas que terminan en una consonante “natural” muestran una variación territorial mayor que las palabras castizas de idéntica terminación (parece perfilarse una división España/Latinoamérica), y las palabras terminadas en consonante “exótica” también parecen encajar en esta tendencia. Así que cabe hipotetizar que si en el futuro entran en el vocabulario español palabras con estas terminaciones exóticas, su diminutivización seguirá las pautas aquí detectadas. Naturalmente, hará falta un examen de mayor calado y ulteriores refinaciones metodológicas para poder sacar una conclusión definitiva.

<sup>22</sup> PRIETO, op. cit.