

Știri mediatice interpretate prin „lentila” onomastică

Oliviu Felecan

**Universitatea Tehnică Cluj-Napoca, Centrul Universitar de Nord Baia Mare
(România)**

În studiul intitulat *Onomastic Considerations on Certain News Items in the Recent Mass Media* – publicat în Anna Choleva-Dimitrova, Maya Vlahova-Angelova, Nadezhda Dancheva (Eds.), *Proceedings of the International Onomastic Conference "Anthroponyms and Anthroponymic Researches in the Beginning of the 21st Century"*. Sofia: Prof. Marin Drinov Publishing House of Bulgarian Academy of Sciences, 2021, p. 42-58 ([https://press.bas.bg/bg/eBooks-105/show-106\(29\)](https://press.bas.bg/bg/eBooks-105/show-106(29))), am discutat despre implicațiile onomastice din câteva știri de actualitate, transmise de diverse canale de comunicare, referitoare la domenii diverse. În rândurile care urmează, îmi propun să continui cercetarea și, foarte pe scurt, să prezint câteva interpretări.

1. Atracția unei mărci

Sub egida câtorva mărci nu sunt incluse numai evenimente festive, ci și dispute profunde între cei care le numesc. În acest cadru de exploatare a semnificantului se înscrie și scandalul provocat de numele *Prosecco*. Denumirea a fost preluată de la numele localității omonime din provincia Trieste, în timp ce spumantul numit astfel se produce în partea de NE a Italiei, în regiunile Veneto și Friuli Venezia Giulia. Deși normativele europene sunt riguroase în ceea ce privește denumirile cu origine protejată (DOP)¹, diverși producători din zonă au făcut o concurență neloială, punând în circulație băuturi cu nume foarte asemănătoare, dar cu un gust diferit, *Hemp-Secco* (Austria), *Prošek* (Croatia), *Prosekar* (Slovenia).

¹ European Union Intellectual Property Office (EUIPO). Și-a asumat sarcina de a gestiona mărcile Uniunii europene și desenele și modelele comunitare înregistrate.



Dacă în cazul numelui *Hemp-Secco* EUIPO înregistrarea mărcii a fost respinsă, vinul croat (care conține mult alcool, dulce) *Prošek* a obținut distincția DOC – denumire de origine controlată –, lucru care nu le-a plăcut producătorilor italieni ai faimosului spumant *Prosecco*. Acestora le-au făcut concurență și slovenii din Italia și de dincolo de graniță², care susțin că băutura produsă de ei este mai veche și are o rețetă diferită față de ceea ce reprezintă o marcă puternică din Italia, cu circa 550 de milioane de sticle îmbuteliate în fiecare an și cu vânzări de peste două miliarde de euro. În mod clar, o cifră atât de ridicată provoacă o concurență puternică între producători, toți gata să exploateze marca.



² Localitatea Prosecco se află la granița dintre Italia și Slovenia.

2. O nouă denumire

Cu exemplul care urmează abandonăm continentul european și traversăm Mediterana în direcția Africii. Din dorința autorităților de a reduce presiunea asupra orașului Cairo, egiptenii au început construirea unei noi capitale, la 45 de km la est de conglomeratul urban cel mai populat de pe continentul african. Grandiosul proiect ar fi trebuit inaugurat la sfârșitul anului 2021, dar numele noii capitale administrative încă nu a fost stabilit. De aceea, în cel mai pur stil democratic, a fost organizat un concurs public, și un juriu de specialiști va alege propunerea cea mai bună. Iată că nu e nevoie să fie impusă în mod obligatoriu cu forța primăvara arabă, pentru că, prin civilizație, dezvoltare și o gestionare eficientă, democrația poate fi câștigătoare.

