



TABERNAE AQUALATENSES

noms clàssics en comerços i empreses d'Igualada

Hi ha tot un món per descobrir, a la teua manera. La vida és un recull de moments lítics i de sensacions extraordinàries. Hi ha algú esperant per compartir-los amb tu.

Ulisses
C/Òdena,39
08700 IGUALADA
93 510 79 24
ulisseslibreria
@hotmail.com

Abacus ●●●
Cooperativa

Oficines i comandes

Carrer 271, pral
08700 Igualada
Tel. 93 576 144
Fax 932 377 214
www.abacuscoop.com



fito-natura
Vetllem per la seva Salut

GIMNÀS
ITACA
Igualada

Jaume Borrachero
Quiromassatgista
Quiropràctic
Personal Trainer

C/. Montmaneu, 5 - 08700 Igualada - Telf/Fax 938 050 825 - 607 424 351

Agraïments

Vull expressar el meu agraïment a tots els comerços i empreses que han dedicat molt amablement cinc minuts del seu temps a ajudar-me contestant unes preguntes que eren bàsiques per a l'elaboració del meu treball.

Vull donar les gràcies al meu tutor per la constant ajuda, sense la qual molts aspectes no haurien quedat formalment correctes. M'ha aconsellat a endreçar les idees i a orientar-me. I també m'ha ajudat cercant alguns dels orígens etimològics que jo, pel nivell que correspon al batxillerat, no hauria sabut trobar.

Finalment, també vull agrair el suport que en tot moment m'ha donat la meva família.

Gràcies a tots!

Índex

1.Introducció	5
2.Grecs i romans arriben a casa nostra	10
3.La romanització	12
4.La influència clàssica en la publicitat	14
5.El grec i el llatí en els noms de comerços i empreses d'Igualada..	20
Abacus.....	22
Cafeteria Àgora.....	23
Ciutat Àgora.....	24
Anoia Lingua.....	25
Aqua Centre.....	26
Aqualata Assessors i serveis.....	27
Curtits Aqualata.....	28
Embalatges i contenidors Aqualata.....	29
Espais per viure Aqualata.....	30
Llibreria Aqualata.....	31
Aguasos.....	32
Federeptics Arcus.....	33
Atena.....	34
Atlas.....	35
Atri.....	36
Cave Canem.....	37
Domus.....	38
Duo Parquet.....	39
Fito-natura.....	40
Viajes Iberia.....	41
Ibericus.....	42
Gimnàs Ítaca.....	43
Kaelia.....	44
Kan Bakus.....	45
Magna.....	46
Marathon esports.....	47
Metal Aluminium.....	48
Nexus.....	49
Nitidus.....	50
Olympia.....	51
Prisma.....	52
Puerimueble.....	53
Q.rum Barcelona.....	54
Sapiens Design.....	55
Sigma Media Systems.....	56
La Sirena.....	57
SPA Nature.....	58
Stella.....	59
Ulisses.....	60
Valeo.....	61

6. Inluència parcial o indirecta de les llengües clàssiques en els noms d'establiments i negocis d'Igualada.....	62
7. Mots descartats.....	68
8. Noms d'origen clàssic en negocis que han tancat darrerament.....	71
9. Noms d'origen clàssic en altres comerços igualadins.....	72
10. Conclusions.....	73
11. Bibliografia.....	79
12. Annex.....	81
1. Llistat de tots els noms que apareixen al treball ordenats alfabèticament.....	81
2. Qüestionari.....	85
3. Mapa del centre d'Igualada.....	86
4. Recull d'imatges.....	87

1.Introducció

Segurament si anant pel carrer se m'acudís de preguntar a la gent què sap sobre el llatí i el grec, la resposta seria que ben poca cosa, per part d'alguns, o fins i tot que res, pel que fa a la resta. Si la pregunta anés dirigida sobre el tema cultural, potser algú en sabia alguna cosa més. Però si els demanés que diguessin un mot en llatí o en grec la resposta podria ser encara més decebedora: "no en sé". Probablement és el que succeiria amb bona part de la població, evidentment descartant els entesos en el tema o la gent que té un mínim d'estudis en llengües clàssiques adquirits en l'ensenyament secundari o superior.

La realitat, però, és ben diferent. Encara que sembli inversemblant, una persona normal i corrent, com pot ésser un treballador, una mestressa de casa o bé una persona sense massa estudis, coneix sense ser-ne conscient del tot més conceptes clàssics del que es pensa. I és que de fet, nosaltres, els catalans, parlem llatí. Bé, de fet no és pas el llatí de Juli Cèsar però sí l'evolució del llatí vulgar que ens portaren legionaris i mercaders romans ara fa més de dos mil anys. Una llengua que ha anat evolucionant i que amb el pas dels segles ha acabat donant el català actual.

Si es realitzés aquest experiment, la resposta encara seria més negativa en el cas del grec. Molta gent pot creure que és només la llengua que actualment es parla a Grècia. Però és sorprenent, en canvi, la quantitat de paraules catalanes que deriven d'arrels gregues com també la influència que la cultura grega ha exercit damunt els nostres costums i la nostra societat.

Si pel contrari preguntés a la mateixa gent noms de marques comercials conegudes, noms d'establiments, noms de programes televisius, noms de models de cotxes, etc, la llista que em donarien seria infinita. Doncs bé, dins de cadascuna d'aquestes llistes estic segura que una bona part dels noms tindrien un origen clàssic.

Què s'entén per "origen clàssic"? Doncs bé, aquesta expressió, tan utilitzada al llarg del treball, es refereix al fet que el nom utilitzat és o bé llatí o bé grec. Ara bé, també pot fer referència a algun concepte cultural que hàgim heretat dels nostres avantpassats grecs o romans relacionat amb àmbits com la mitologia, l'urbanisme, l'esport, la política, etc. El més extraordinari d'aquest suposat experiment fóra que la gent no seria gens conscient de l'origen de les paraules que estarien utilitzant. I és que paraules tan corrents i quotidianes com per exemple *Actimel*, *Fructis*, *Decathlon*, *Maremagnum*, *Millenium*, *Thalassa*, *Audi* o *Megane* tenen clarament un origen clàssic.

Però amb aquest simple exemple del suposat experiment on vull anar a parar? Doncs que, encara que la gent no en sigui conscient, el llatí i el grec i la tradició grecoromana estan perfectament integrats en el món de la publicitat. Aquesta és una de les qüestions que intentaré demostrar amb aquest treball i dic demostrar perquè no es tractava de donar una resposta afirmativa o negativa a un interrogant la solució del qual ja coneixem, sinó que del que es tracta és d'aportar proves que ho demostrin.

Un altre aspecte que cal explicar és l'acotament geogràfic del meu treball de camp. La idea de fer un estudi sobre la influència del grec i del llatí en els noms de comerços i empreses d'una ciutat, de seguida em va entusiasmar i em va despertar la curiositat. Llavors va ser quan em vaig haver de decidir. Bàsicament em movia entre quatre zones: Calaf, Igualada, Manresa i Barcelona. Calaf i Barcelona els vaig descartar de seguida. Calaf, el poble on visc jo, és massa petit i evidentment no hauria pogut fer un estudi massa lluit en aquest tema. Per contra, Barcelona és massa gran i la quantitat de noms hauria estat extensíssima. Les dues ciutats que em conec més bé i que es troben a la vora de casa són Igualada i Manresa. En un principi vaig pensar que Manresa estaria bé, però quan vaig començar a buscar establiments amb aquestes característiques em vaig adonar que Manresa també era una mica massa gran i que per tant el treball de camp es feia força complicat. Així doncs, vaig arribar a la conclusió que Igualada, la capital de l'Anoia, era la ciutat perfecta tenint en compte el que jo em proposava. Així doncs, Igualada es troba a prop de casa meva, a només mitja horeta, i em seria fàcil d'accedir-hi amb transport públic. A més, els meus pares es coneixen bé la ciutat i no tindrien cap problema en assessorar-me sobre la ubicació dels comerços.

L'anàlisi detallada dels comerços i empreses d'Igualada que presenten un nom d'origen grec o llatí ens porten a un llistat de quaranta establiments. Així doncs ¿a Igualada només s'hi troben quaranta establiments amb un nom d'origen clàssic? La resposta és que no. Efectivament els resultats inicials van ser inesperats: després de passar hores buscant a les *páginas amarillas*, a les *páginas blancas*, a llistes de la *UBIC* (Unió de Botiguers i Comerciants d'Igualada) i de la *UEA* (Unió d'Empresaris de l'Anoia), va quedar una llista d'aproximadament dos-cents comerços i empreses situats a Igualada que complien les característiques que es buscaven. Evidentment, fer un treball amb profunditat sobre tants establiments era inviable. Així doncs, finalment vaig decidir agrupar els noms en dues categories. D'una banda els noms que presentaven un mot o bé grec o bé llatí sempre i quan es tractés d'un cultisme. I de l'altra els noms que només presentaven una arrel grecolatina i sovint en composició: aquests passarien a formar part d'una segona categoria. D'aquesta

manera es reduïa molt el treball de camp, de manera que fos possible realitzar-lo i acabar-lo dins dels terminis establerts. És a dir, la feina d'anar empresa per empresa i passar un qüestionari molt simple, només es duria a terme amb aquells noms que procedien totalment del grec o del llatí, deixant la resta per comentar-ne només la tendència general.

El qüestionari¹ de què es parla, és el que tots els comerços i empreses que van voler col·laborar amb el meu treball van haver de respondre. Es tracta d'un seguit de qüestions molt simple i ràpid de contestar, ja que de vegades els qüestionaris llargs es fan pesats i no condueixen a resultats prou satisfactoris perquè la gent se'n desentén o no hi para massa atenció. El qüestionari es basa en poques preguntes, fàcils de respondre i que m'havien de proporcionar les informacions que jo necessitava. Alguns establiments me'l van contestar via correu electrònic o fins i tot per telèfon. El treball de camp el vaig realitzar durant l'estiu del 2009.

Penso que també cal explicar la diferència entre un cultisme i un mot patrimonial. Doncs bé, els *cultismes* són aquelles paraules que procedeixen del grec (hel·lenismes) o del llatí (llatinismes) però que han entrat al català sense seguir la via natural del llatí vulgar. La majoria de cultismes llatins es van introduir els segles XVI i XVII, durant el Renaixement i el Barroc, tot i que encara en segueixen entrant a la llengua (neologismes). En canvi, els *mots patrimonials* sí que han seguit el curs natural ja que deriven del llatí vulgar que es parlava a la Hispania romana; són aquelles paraules que han tingut més temps per evolucionar i per tant són més diferents respecte a la paraula mare que no pas els cultismes².

Pel que fa al meu treball, els noms dels quaranta establiments que formen part de l'anomenada primera categoria, pertanyen al grup dels cultismes. Mentre que tots els mots patrimonials, mots compostos amb alguna arrel grecollatina o bé amb influències indirectes, els he inclòs a la segona categoria.

El criteri que he utilitzat a l'hora de posar en ordre les quaranta fitxes és alfabètic. Però cal dir que es troben per ordre alfabètic seguint el mot d'origen grec o llatí, la paraula principal, tot i que a vegades la paraula clàssica no aparegui al davant de tot, sobretot en el cas dels noms compostos per més d'un element.

Abans d'anar empresa per empresa perquè em responguessin el qüestionari i per fer-ne fotografies, havia de situar-les en l'espai geogràfic d'Igualada. Per això vaig elaborar una ruta a partir d'un mapa³ d'Igualada que ja tenia. Vaig anar marcant

¹ Veure annex pàgina 85

² Diversos autors. *Llatí-1*. Barcelona: Ed. Vicens Vives Batxillerat, 2008. Pàg.19

³ Veure annex pàgina 86

sobre el mapa tots els llocs on havia d'anar per aprofitar millor el temps en el meu treball de camp. També vaig utilitzar algun navegador d'Internet però tot i així em vaig trobar inesperadament amb locals tancats, amb adreces incorrectes, amb una mala situació sobre el mapa o fins i tot amb empreses que havien canviat d'ubicació.

A més, he notat que una bona part dels buscadors es basen en un altre de principal. És a dir, si qualsevol dada (adreça, telèfon...) està malament a *páginas amarillas*, per exemple, estarà malament a la gran majoria de buscadors. Això em dificulta una mica la feina ja que jo confiava en obtenir almenys les adreces correctes per així assegurar totes les altres dades a l'establiment o empresa mateix. En vista de l'èxit, als llocs que finalment no vaig poder visitar personalment hi vaig trucar per telèfon. Aleshores va ser quan em van sorgir més problemes, ja sigui perquè el número era incorrecte o perquè es tractava d'un fax en comptes de línia telefònica.

En general, en preguntar sobre el motiu i el sentit del nom de l'establiment comercial, vaig notar que, com que són unes preguntes d'un caire una mica personal, hi havia treballadors que no me les sabien contestar. Així doncs, sempre que he pogut m'he basat en l'opinió dels amos, però hi ha fitxes que les he hagut de solucionar a partir de la informació que em van proporcionar els mateixos treballadors. Això sí, sempre queda explicat de qui he extret les dades. A una sèrie d'empreses, després de trucar-hi o de no poder contactar-hi de cap més manera, vaig optar per enviar-los un correu electrònic. Sempre vaig deixar la via d'Internet com a última opció ja que buscava un contacte més directe.

Un cop enllestida la recerca més de camp, vaig començar a endreçar les dades obtingudes, a elaborar les fitxes i, en definitiva, a redactar la memòria escrita. Els problemes que m'han sorgit en aquesta darrera fase del treball ja han estat molt menors.

Desitjaria que qualsevol persona que llegeixi la memòria escrita del treball passés una estona entretinguda i que al mateix temps anés descobrint coses que abans desconeixia o en les quals no havia caigut. Estic segura que més d'un pensarà: "però si sempre compro aquí jo! També és un nom llatí?" Doncs bé, si hi ha gent que llegint el treball té aquest pensament, dono per acomplert un dels seus principals objectius.

I per què *Tabernae Aqualatenses*? Doncs bé, jo volia un títol que cridés l'atenció del lector però que a l'hora expressés l'objectiu de la recerca. Perquè un títol que no

dóna informació sobre el tema del treball no és un bon títol. Aviat vaig tenir clar el subtítol, seria *noms clàssics en comerços i empreses d'Igualada*. Crec que a més de definir el tema també aporta la informació exacta del lloc geogràfic on el treball centra el seu estudi. Pel que fa al títol, la tria va ser més difícil. Volia un nom a ser possible en llatí, però anava una mica perduda. Així que vaig buscar al diccionari català-llatí com anomenaven en aquesta llengua conceptes com *botiga*, *comerç*, *empresa* o *negoci*. Vaig obtenir una bona llista i em vaig decantar per *tabernae aqualatenses* tot i que el nom de *negotia aqualatensia* també em semblava encertat. Llavors vaig pensar que la paraula *taberna* definia millor el que jo estava buscant ja que en el món antic les *tabernae* eren les botigues o els establiments públics on la gent anava a guardar-se del fred, a comprar, a menjar o a demanar algun tipus de servei. Es trobaven situades bàsicament o bé sota el porxo del fòrum (*ambulacrum*), o bé al costat de l'entrada d'una domus (casa de senyors adinerats). D'aquesta manera ajuntant *tabernae* i el nominatiu plural femení del gentilici d'*Aqualata* (Igualada en llatí) ja ho tenia.

La portada està configurada amb algunes targetes dels establiments que he anat visitant. Em va venir la idea de fer un *collage* com aquest perquè vaig pensar que seria una forma de donar les gràcies a tots aquests negocis i empreses igualadins que tan amablement havien col·laborat amb la meva recerca.

2.Grecs i romans arriben a casa nostra

Grecs i romans van arribar a la Península Ibèrica per via marítima. No obstant, no ho van fer pas a la mateixa època. Els primers van ser els grecs: primerament n'arribaren uns de l'illa grega de Rodes, el segle VIII aC, que fundaren Rhode (Roses). Resulta que cap al segle VII aC uns grecs procedents de la regió de Focea, a la costa grega de Lídia, van arribar al que avui són les ruïnes d'Empúries. Així doncs, aquests grecs van venir amb la intenció de fundar una colònia de tipus comercial. Quan van tenir les relacions consolidades amb els habitants de la zona, van abandonar l'illot de Sant Martí d'Empúries, la *paleòpolis*, i es van establir a terra ferma, al costat del nucli indigeta, formant així la *neòpolis*. Els grecs van anomenar ibers (Ἰβηροί) a les tribus que poblaven la península ja que el riu més important era l'Ebre (Ἰβηρ). Així doncs, van posar nom a la península, la Península Ibèrica (Ἰβηρία). A més, la ciutat que van fundar s'anomenava Empòrion (Ἐμπόριον), que vol dir "mercat".

Pel que fa als altres visitants, els romans, van arribar a terres hispanes el 218 aC en el context de la Segona Guerra Púnica. Aquesta guerra enfrontava romans contra cartaginesos, i en aquesta data el general Anníbal es trobava en direcció a Roma però necessitava reforços. Per això, el seu germà Asdrúbal volia creuar la Península Ibèrica per arribar a Itàlia i ajudar el seu germà amb més homes i diners. Però el romà Gneu Scipió, al capdavant de l'exèrcit romà, va ser més ràpid que ells i va arribar abans a Hispania, de tal manera que va poder aturar part de l'exèrcit cartaginès. Així va ser com els romans van fundar un primer campament militar al costat de la ciutat grega i que amb el pas del temps va anar creixent fins a convertir-se en una ciutat romana anomenada Emporiae. Finalment els tres nuclis (indigeta, grec i romà) es van unir sota el nom de *municipium Emporiae*. El motiu pel qual anomenem *Empúries* (Emporias) en plural és com a resultat de la unió de tres municipis.

Més endavant, cap al segle I dC hi va haver un període de decadència de la ciutat ja que quedava allunyada de les principals vies de comunicació: la *Via Augusta* de nord a sud per la costa mediterrània, i la *Via de la Plata*, també de nord a sud, passant per Mèrida, a l'occident de la península.

A més, a Hispania es fundaren ciutats de gran importància com les següents: Tarraco (Tarragona) fou la capital de la Hispania Citerior, per això s'hi construïren grans edificis públics com és ara dos fòrums, un teatre, un amfiteatre, un circ...

Emerita Augusta (Mèrida) és una de les ciutats espanyoles que conserva més restes antigues, fins i tot es continuen fent representacions al teatre romà. A més fou la capital de la Hispania Ulterior. Cartagena o Sagunt són conegudes pels teatres que conserven; el pont romà d'Alcàntara i l'aqüeducte de Segòvia també són bastant coneguts i visitats. Barcino és l'actual ciutat de Barcelona i la plaça Sant Jaume, on actualment es troben l'Ajuntament i la Generalitat, es correspon amb l'antic fòrum de la ciutat romana. Ciutats en terres catalanes com per exemple Ilerda (Lleida), Gerunda (Girona), Aquis Voconis (Caldes de Malavella), Baetulo (Badalona), Aquae Calidae (Caldes de Montbui)... també gaudiren de certa importància.

Després d'anys de guerres i enfrontaments constants, va arribar una època de pau, coneguda amb el nom de *Pax Romana* o *Pax Augusta* ja que succeí en època de l'emperador August. Fou quan s'inicià l'etapa de la romanització més profunda de la península ibèrica⁴.



Aqüeducte de Segòvia



Teatre romà de Cartagena



Muralla romana d'Empúries



Reproducció de Tarraco al s. II dC

⁴ Diversos autors. *Llatí-1*. Barcelona: Ed. Vicens Vives Batxillerat, 2008. Tema 6. CAPELLÀ, Margalida. *Grec 2*. Barcelona: Ed. Teide Batxillerat, 2005. Tema 3.

3.La romanització

Quan es parla de la *romanització* es diu que fou un procés llarg i dificultós. I és que a l'exèrcit romà li va costar una mica posar en ordre tota la península. Així doncs, en què consistí la romanització d'Hispania? Doncs bé, de mica en mica, i un cop pacificada tota la península, es va escampar l'ús del llatí, es va imposar la religió romana i la població hispana va anar adoptant els costums i les tradicions de Roma.

La *romanització*⁵ és el fet històric més transcendental que la civilització romana ens ha deixat. Doncs bé, elements tan importants en el dia a dia d'una societat del segle XXI, deuen el seu origen a la romanització començada el 218 aC. Els romans jugaren un doble paper ja que aportaren la seva pròpia visió del món, però alhora també transmeteren a occident els coneixements del món grec. Alguns d'aquests elements són la *llengua*, el *dret*, la *religió*, l'*organització política, social i econòmica*, el *gust estètic*, part de la *gastronomia*, les principals *vies de comunicació* i el *pensament racional* (procedent de la filosofia grega). A més, la *romanització* va suposar els següents canvis cabdals per a l'evolució de la societat: es desenvolupà l'*artesania* i el *comerç*, es van crear moltes *ciutats*, es passà a formar part d'un nou ordre administratiu i legal, es va estendre la *filosofia grega*, és a dir, un pensament racional, les grans construccions gaudien de *funcionalitat* i *monumentalitat*, s'escampà el coneixement de l'*escriptura*, s'imposà el *cristianisme* com a religió oficial i la llengua de comunicació passà a ser el *llatí*.

Abans de l'arribada de comerciants i legionaris romans, a la Península Ibèrica es parlaven llengües com l'íber o el celta. Doncs bé, a l'antiguitat existien dos tipus de llatí, el culte (*sermo urbanus*) i el vulgar (*sermo vulgaris*). És a dir, si fa no fa com en els nostres temps. O és que un metge parla igual quan està fent una conferència que quan està fent un beure amb els col·legues? Així doncs, el llatí que arribà de la mà sobretot de comerciants i legionaris fou el vulgar, és a dir, el que parlava la gent del carrer.

A partir d'aquí, i a còpia de temps, aquest llatí vulgar s'anà *barrejant* amb les diferents llengües que ja s'hi parlaven fins a substituir-les. És per això que *atalà, gallec, castellà, francès, italià, portuguès, romanès, provençal, rètic i sard* s'assemblen tant entre elles, ja sigui gramaticalment o pel lèxic, ja que totes procedeixen del llatí vulgar evolucionat de manera diferent a cada regió.

⁵ Diversos autors. *Llatí-1*. Barcelona: Ed. Vicens Vives Batxillerat, 2008. Tema 6 Romanització: <http://www.xtec.net/~msolana/tot/romanit/roman.htm>
La Gran Enciclopèdia en Català. Vol. 18 pàg.13652-3

Per tot això la *romanització* és un fet d'allò més rellevant per conèixer d'on ve i com és la nostra societat. Sense aquest factor de culturització que va marcar tant la història del nostre territori, el treball que ara presento no hauria estat possible.



El triomf de Titus i Vespassià (segle XVI), de Giulio Romano



Via de la Plata i Arc de Càparra al fons



Restes del temple romà d'August a Barcino

4.La influència clàssica en la publicitat

Trobar informació que expliqui la influència de la cultura clàssica en la publicitat és realment complicat. No obstant, trobar elements de la cultura clàssica a la publicitat és un fet freqüent encara que no tothom en sigui conscient. Quan hom comença a introduir-se en aquest món, s'adona que tot al nostre voltant està influït per la llengua grega, llatina o per la cultura clàssica en general.

Així doncs, quan algú té certs coneixements de grec i llatí, comprèn de seguida que moltes vegades els publicistes recorren a aquest recurs per aconseguir donar una certa imatge i transmetre el seu missatge. I és que, com més endavant quedarà escrit, els elements clàssics aconseguen donar una certa importància o rellevància al producte que es vol vendre. Lògicament l'objectiu final és facilitar la venda del producte o del servei a partir d'un nom simbòlic que ha de repercutir en un rendiment econòmic.

Simplement anant per una gran superfície comercial es poden trobar grans quantitats de productes que tenen un nom d'origen clàssic. Des de productes essencials per a la vida quotidiana, com productes d'alimentació o de neteja, fins a productes de luxe com cosmètics o joieria. Vet aquí una petita selecció d'uns quants noms d'origen clàssic. He intentat agafar noms de diversos àmbits, tot i que m'ha estat molt difícil triar-los donada l'extensa llista existent:

- Durex ve del llatí *durus*, -a, -um i vol dir "dur". La marca de preservatius vol reflectir la duresa dels seus productes, que han de protegir de l'embaràs i de malalties de transmissió sexual.
- Festina prové de l'adjectiu llatí *festinus*, -a, -um que significa "veloç." Així doncs, el nom dels rellotges manté relació amb un concepte relacionat amb el temps. Té connexió amb una coneguda expressió llatina que parla sobre el pas constant del temps: "*Festina lente*", és a dir "afanya't a poc a poc".
- Frijo ve del llatí *frigus*, -oris i vol dir "fred". *Frijo* és una marca de gelats.



Logotip de *Frijo*

- Non plus ultra és una locució llatina el significat de la qual és "no hi ha res més enllà". L'expressió és utilitzada en un cava de la marca Codorniu.



Cava Codorniu *Non Plus Ultra*

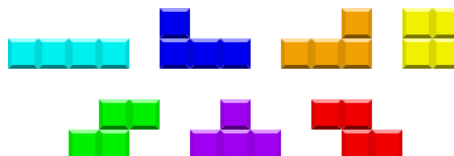
El recurs de batejar amb noms clàssics productes com el cava o el vi és molt més freqüent que en altres tipus de queviures. Sobretot si el producte vol transmetre la sensació d'una qualitat suprema.

- Magno prové de l'adjectiu llatí *magnus*, *-a*, *-um* que significa "gran, il·lustre." Amb aquest nom la marca enalteix el seu producte, gel de dutxa.
- Nike és una marca esportiva que vol remarcar la seva importància amb un mot grec que significa "victòria" (νίκη ης ή).



Logotip de *Nike*

- Tetris. El nom del joc ve del grec τέτραρες α que vol dir "quatre" i és que totes les peces són diferents combinacions de quatre blocs.



Les peces del *Tetris*

- Nissan Micra. Aquest model de cotxe de la casa Nissan utilitza un adjectiu grec, μικρός ά όν, per reflectir perfectament la seva principal característica: *micra* vol dir "petit" i el cotxe és un automòbil de petites dimensions.



Nissan *Micra*

Un altre sector que utilitza molt sovint mots d'origen grec o llatí és el de l'automobilisme, ja sigui per reflectir una característica de la màquina o per fer el nom més atractiu.

Però no només els productes tangibles gaudeixen de noms clàssics, sinó que també es dona el cas en programes televisius o bé en grans complexos comercials (Decathlon, n'és un exemple) entre d'altres sectors. Unes mostres de programes televisius les trobem a TV3 i al canal 33 amb programes com *thalassa*, *Àgora* o *Millenium*.

- *thalassa* ve del grec θάλασσα ης ή i vol dir "mar". Així doncs, el programa explica "històries de persones que viuen en contacte amb el mar i que moltes vegades en depenen per poder subsistir"⁶.



Logotip del programa televisiu de TV3 *thalassa*

- *Àgora* també és una paraula grega ἀγορά ᾠς ή. L'àgora grega era el lloc de reunió del poble grec, on també hi havia els principals edificis de la ciutat i el polítics aprofitaven per fer campanya electoral. Aquest programa està dedicat a "entrevistes als protagonistes de les notícies de la setmana, als cara a cara i al debat"⁷.



Logotip del programa televisiu de TV3 *àgora*

⁶ *Thalassa* <http://www.tv3.cat/programes/123425541/>

⁷ *Àgora* <http://www.tv3.cat/programes/121128555/>

- Millenium. El programa del 33 incita debats a partir del visionat d'una pel·lícula i amb la participació d'experts des del plató⁸. El nom ve de dos mots llatins *mille* i *annus* que volen dir "mil" i "any", respectivament (és a dir, mil anys són un *mil·lenni*).



Logotip del programa televisiu del canal 33 *Millenium*

- Maremagnum, està format per dos mots llatins: *mare*, -is "mar" i *magnus*, -a, -um "gran". Així doncs, aquest enorme centre comercial està situat a la vora de la *mar* Mediterrània. A més, els romans anomenaren *mare nostrum*, "el nostre mar", al Mar Mediterrani, cosa que fa entreveure certa semblança entre els dos mots. També s'anomena "maremàgnum" allí on hi ha de tot i força barrejat, com és el cas del gran complex lúdic i comercial.

I és que en molts àmbits apareixen noms influïts pel grec, pel llatí o per elements de la cultura clàssica. Per exemple en revistes que tracten temes clàssics (o no) o institucions o fundacions sense ànim de lucre:

- Auriga: És l'única publicació en català que tracta temes del món clàssic i del llegat grecoromà a Catalunya. Es començà a publicar l'any 1991.⁹



Logo de la revista *Auriga*

- Prometeu Encadenat: És com s'anomena la secció d'Estudis Clàssics del CECI (Centre d'Estudis Comarcals d'Igualada)¹⁰. *Prometeu*¹¹ (Προμηθεύς) fou un personatge mitològic que Zeus va castigar encadenant-lo. Diuen que una àliga li devorava el fetge i que Hèrcules la va matar durant els seus dotze treballs tal com mostra la següent escultura realitzada per l'igualadí Josep Campeny.

⁸ *Millenium* <http://www.tv3.cat/pprogrames/millennium/milSeccio.jsp>

⁹ *Auriga* <http://www.auriga.cat/>

¹⁰ *Prometeu Encadenat* <http://www.cecianoia.org/classics/seccio.html>

¹¹ GRIMAL, Pierre. *Diccionario de mitologia griega y romana*. Barcelona, 1983. Pàg. 455



Imatge d'Hèrcules matant l'àliga (Igualada)

Pel que fa als noms dels productes cal dir que l'any 2008 a la IV convocatòria dels *Premis Hèrcules*¹², un treball de recerca que tracta sobre aquest tema en fou el guanyador. El treball, *El món clàssic al màrqueting*, està dedicat a fer un estudi sobre tota mena de productes que presenten un origen clàssic. I realment és molt extens. A més, tal i com afirma l'autor del treball, aquesta mena de recerca resta oberta ja que constantment s'introdueixen nous productes a la venda¹³. A més, algú pot seguir el mateix mètode de treball enfocant-lo en un àmbit específic, com he fet jo, que l'he centrat en comerços i empreses. Però és que alhora el meu treball també resta obert ja que es pot fer el mateix estudi sobre una altra població o bé centrant la recerca en un tipus concret d'establiments (per exemple gastronòmics, esportius...).

Així doncs, amb aquesta breu introducció un ja es pot fer a la idea de la gran influència de la cultura clàssica en el món de la publicitat. El meu treball, com ja s'ha comentat, està centrat en l'àmbit de comerços i empreses d'Igualada, la capital de la comarca de l'Anoia. De fet, a molts llocs del món hi ha establiments i empreses que presenten un nom d'origen clàssic. Aquests en podrien ser uns bons exemples:

- *Otium*: és un bar que es troba a la població de Canet de Mar. En el seu punt de llibre està molt ben explicat el motiu pel qual van posar *otium*, que significa "oci," al bar.

¹² Premis als millors treballs de recerca de cultura clàssica de Catalunya convocats per la Secció Catalana de la SEEC (Societat Espanyola d'Estudis Clàssics)

¹³ LLUÍS LENO, Oriol. "El món clàssic al màrqueting". IES Domènech i Montaner. Treball de recerca. (1r premi al IV concurs Premis Hèrcules). / <http://www.seec.cat/oriolluis.pdf>



Punt de llibre d'Otium

- Nostrum: és una empresa familiar de menjar preparat amb establiments arreu de Catalunya. Amb el mot llatí *nostrum*, "de nosaltres" o bé "nostre", volen afirmar que es tracta d'un menjar com de casa i així donar confiança al client¹⁴.
- Lactuca: és una cadena amb diverses franquícies de restaurants que fan plats tant per menjar allà mateix com per emportar. Un dels seus objectius és menjar sa i per això van escollir el nom *lactuca* que ve del llatí *lactuca - ae*, que vol dir "enciam". El nom és fàcil de reconèixer i d'identificar amb les amanides (o amb dietes sanes) ja que s'assembla molt al mot mallorquí i valencià "lletuga" o bé al castellà "lechuga"¹⁵.



Logo de Lactuca

¹⁴ Nostrum <http://www.nostrum.cat/webnostrum/index.html>

¹⁵ Lactuca <http://www.lactuca.com/>

5.El grec i el llatí en els noms de comerços i empreses d'Igualada

Tot seguit ve una extensa llista de tots els noms de comerços, empreses o botigues que presenten clarament un origen clàssic. En total són quaranta. Cada establiment o empresa està presentat amb format de fitxa. Cada fitxa ocupa una pàgina sencera i consta primerament d'una taula amb una sèrie d'informacions de caire més aviat comercial. Seguidament s'hi troba un escrit amb tot el que es pot comentar sobre el nom, ja sigui el motiu per haver-lo escollit o de quina paraula grega o llatina procedeix. Finalment, sempre que s'ha pogut s'ha afegit a la fitxa un parell de fotografies: una pertany a la façana de l'establiment o bé a la targeta o simplement al logotip, i pel que fa a l'altra s'ha intentat buscar una imatge relacionada amb el significat de la paraula clàssica. Així doncs, cada fitxa presenta una estructura definida cosa que fa que el recull resulti amè i senzill de seguir i entendre. A més, d'aquesta manera es converteix en un material apte per a la consulta.

Abans d'examinar les fitxes cal aclarir una sèrie d'aspectes. Cada taula que hi ha al començament consta de vuit files amb la següent informació: *nom* de l'establiment o empresa; *adreça*, *telèfon* i *fax*; *pàgina web* i *correu electrònic*, sempre i quan en tinguin; *organització empresarial*, és a dir, si es tracta d'un comerç o empresa igualadins, si és una franquícia d'una empresa a nivell espanyol o europeu... si forma part d'una cadena de comerços...; i finalment el *servei* o *producte*, si es tracta d'una empresa, s'hi explicarà el servei, i si es tracta d'un comerç, s'hi farà esment al producte que venen. Cal dir també que les dades proporcionades a la taula són molt senzilles i no pretenen pas donar massa informació de tipus empresarial, sinó que la intenció és oferir quatre aspectes imprescindibles sobre el negoci analitzat. D'aquesta manera, quan més avall es parla del nom d'una empresa, no es parteix de zero, sinó que el lector ja en té una informació essencial. A més, si algú està interessat en algun d'aquests establiments o empreses, hi pot trobar les referències bàsiques com és ara l'adreça, el telèfon o la pàgina web per contactar-hi. També s'ha de saber abans de començar a llegir les fitxes que el primer paràgraf està dedicat altra vegada al comerç o empresa. S'hi contenen una sèrie d'aspectes més personals com per exemple qui va escollir el nom i per què, si tenien consciència de l'origen del nom, etc. El segon paràgraf és de gran importància ja que s'hi explica l'origen del nom. S'hi exposa de quina paraula procedeix i s'escriu amb grec o amb llatí la paraula mare. A més, s'explica el significat d'aquesta paraula clàssica i, si cal, es fa una breu explicació (si es tracta d'un déu mitològic, si és un concepte cultural...). Seguidament s'argumenta si el

significat de la paraula clàssica i el servei de l'empresa o els productes que ofereixen l'establiment tenen relació o no. Ja per acabar, s'hi afegeixen un parell de fotografies o imatges per il·lustrar tant el negoci com la idea que recull el nom. Si el logotip de l'empresa també té relació amb el concepte clàssic, es comenta; si no té res a veure, no s'hi fa cap esment.

Un cop fets aquests aclariments, hom ja està llest per llegir i extreure el suc de les fitxes. Endavant!

NOM	ABACUS
ADREÇA	C/ Sta. Caterina, 22
TEL.	93 804 76 61
FAX	93 804 76 62
WEB	www.abacus.coop
MAIL	igualada@abacus.coop
ORG. EMPRESARIAL	Franquícia. Establiments a nivell d'Espanya
SERVEI/PRODUCTE	Papereria, joguines, llibreria i multimèdia. Públic en general

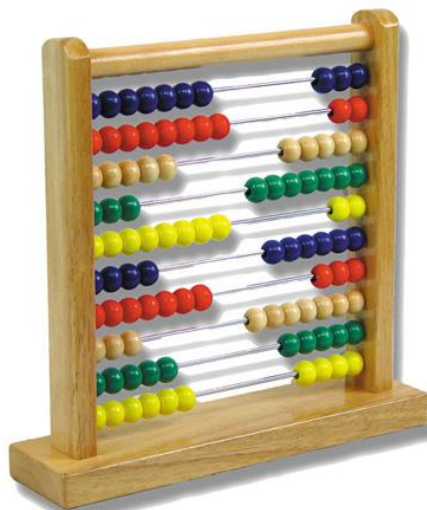
La cooperativa *Abacus* està oberta des del 1968 i sempre ha portat el mateix nom, que van triar els fundadors, un grup de mestres. Segons la dependenta més antiga de la botiga, sí que tenien consciència que el nom té un origen clàssic i el van triar pel nom del joc, l'Àbac.

De fet, Àbac significa, segons el Diccionari de la Llengua Catalana¹⁶, "aparell simple de càlcul digital consistent en un marc proveït de filferros paral·lels, al llarg dels quals hom fa córrer boles foradades, usat per a fer totes les operacions aritmètiques bàsiques". La paraula ve del llatí *Abacus -i m.*¹⁷, que en el món antic era una tauleta de càlcul o un taulell de joc.

Per tant, sí que hi ha una relació entre el nom i la funció de la botiga, ja que a l'*Abacus* hi trobem, entre molts altres productes, elements de càlcul -tot i que són moderns- com per exemple calculadores i joguines per als més petits.



Façana de l'establiment *Abacus* a Igualada



Àbac

Per contra, en el logotip de la cooperativa *Abacus* no es veu una relació directa amb un àbac. Com a molt, hi pot haver una semblança entre els tres punts del logotip i les boles de l'àbac.

¹⁶ Diccionari de la Llengua Catalana: www.grec.net

¹⁷ Diccionari Il·lustrat Llatí- Català Català-Llatí. Barcelona: Ed. Vox, 2009.

NOM	CAFETERIA ÀGORA
ADREÇA	Pl. De la Creu, 14
TEL.	93 805 11 86
FAX	-
WEB	-
MAIL	-
ORG. EMPRESARIAL	Cafeteria d'Igualada
SERVEI/PRODUCTE	Cafeteria

La cafeteria *Àgora* es va inaugurar aproximadament el 2004 i després va canviar d'amos. La mestressa actual ja es va trobar la cafeteria amb el nom triat i per tant no sap el motiu pel qual va ser escollit. A més, també desconeixia que *Àgora* tingués un origen grec.

Doncs bé, la paraula *Àgora* procedeix del terme grec ἀγορά ᾠς ἡ¹⁸. Al centre de les ciutats gregues hi havia l'*àgora*, un espai, com una plaça, que era el lloc de trobada de la població. Allà la gent parlava, hi anava a comprar i a vendre, s'assabentava de tota mena de coses, els polítics hi feien els seus discursos... era el centre cultural, comercial i polític de la polis per excel·lència. Com que els grecs feien vida més a fora que a dintre les cases, l'*àgora* era d'una gran importància.

Per tant, la relació que hi ha entre l'*àgora* grega i la cafeteria *Àgora* d'Igualada és únicament per la situació del local, ja que la cafeteria està situada a la Plaça de la Creu, al centre d'Igualada. Podria ser que els primers amos de la cafeteria *Àgora* haguessin triat el nom per aquest motiu o perquè volien convertir-la en un punt de trobada i d'esbarjo.



Façana de la cafeteria *Àgora* a Igualada



Restes de l'antiga *àgora* de Tessalònica, Grècia

¹⁸ *Diccionario bilingüe. Manual Griego clásico-Español*. Barcelona: Ed. Vox, 2009.

NOM	CIUTAT ÀGORA
ADREÇA	C/ Soledat, 118
TEL.	93 803 04 44
FAX	-
WEB	www.ciutatagora.com
MAIL	-
ORG. EMPRESARIAL	Empresa d'Igualada que forma part de <i>Constructora de Calaf</i>
SERVEI/PRODUCTE	Promotora

Ciutat Àgora és de diferents socis i segons la secretària i la mestressa, un d'ells en va triar el nom, ja que tenia coneixements de grec i li agradava el tema. L'empresa es va obrir al 1998. Com que es tracta d'una constructora, el seu servei va adreçat a un públic adult, més aviat a altres empreses.

El mot *Àgora* procedeix del terme grec ἀγορά ᾠς ἡ. L'*àgora* se situava al centre de les ciutats gregues. Era un espai, com una plaça, que complia la funció de centre cultural, comercial i polític de la polis. Era l'indret de trobada de la població: allà la gent parlava, hi anava a comprar i a vendre, s'assabentava de tota mena de coses, etc. Era el centre neuràlgic de la polis.

Com que *Ciutat Àgora* és una promotora que construeix habitatges, s'entén la relació que manté el servei amb el nom escollit.



Façana de *Ciutat Àgora* a Igualada



Ruïnes de l'àgora de Tessalònica, Grècia

NOM	ANOIA LINGUA
ADREÇA	C/ Santa Caterina, 28 baixos (Pl. Cal Font)
TEL.	93 804 08 66
FAX	-
WEB	www.anoialingua.com
MAIL	info@anoialingua.com
ORG. EMPRESARIAL	Acadèmia d'idiomes d'Igualada
SERVEI/PRODUCTE	Ensenyament de diferents idiomes

Fa entre uns deu i quinze anys a Igualada es va inaugurar una acadèmia d'idiomes anomenada *Anoia Lingua*. Darrerament ha passat a mans d'uns altres amos, però està situada gairebé a l'antiga ubicació i encara conserva el nom. L'actual mestressa, per tant, no sap ben bé el motiu pel qual es va escollir *lingua*, però és ben fàcil d'endevinar. Per això ella creu que van triar *Anoia Lingua* per la neutralitat del llatí, ja que tracten més d'una llengua i no seria just posar-ho ni en català, ni en castellà, ni en anglès... A més de la neutralitat del llatí, una persona qualsevol pot entendre perfectament l'activitat que s'hi porta a terme: acadèmia d'idiomes.

Lingua -ae f. és un mot llatí que significa "llengua, llenguatge, idioma". Per tant, és adient posar *lingua* a una acadèmia que tracta diversos idiomes i que a més a més, o bé procedeixen del llatí, com és el cas del francès, o bé en reben molta influència, com és el cas de l'anglès o l'alemany. Recentment també han iniciat classes de xinès mandarí.



Logotip d'Anoia Lingua



Rètol d'Anoia Lingua a Igualada

NOM	AQUA CENTRE
ADREÇA	Carretera de Manresa, 25 1a
TEL.	93 805 01 00
FAX	-
WEB	www.aquacentre.cat
MAIL	info@aquacentre.cat
ORG. EMPRESARIAL	Empresa d'Igualada
SERVEI/PRODUCTE	Tractaments psicològics

Aproximadament el 2002 es va obrir aquest centre de psicologia especialitzat en la infància a Igualada. La mestressa d'*Aqua Centre* té molt clar que utilitza una paraula llatina i la raó per la qual la va escollir. Explica que ella compara l'*aigua* amb les *persones*, ja que l'aigua té la capacitat d'adaptar-se a qualsevol forma i situació. Així doncs, una persona també s'adapta a diferents situacions, per exemple quan està trista, quan s'enfada, quan està alegre... Per tant, a *Aqua Centre* donen les eines necessàries als infants perquè es puguin "adaptar" a les situacions de la vida, com l'aigua, que s'adapta a la forma d'una ampolla, per exemple. És a dir, la mestressa, en posar aquest nom al seu centre de psicologia, volia transmetre aquesta idea que les persones, amb l'ajuda dels professionals, poden adaptar-se, igual que l'aigua, a diverses situacions.

La paraula *aqua* és llatina i ve d'*aqua -ae f.*, i vol dir "aigua".



Logotip d' *Aqua Centre*

El logotip que utilitza l'empresa està clarament lligat amb el significat de la paraula llatina, ja que s'hi aprecien unes bombolles blaves. A més, les paraules també són blaves, color que sol adoptar l'aigua. Hom podria relacionar també el nom d'aquesta empresa amb la ciutat en la qual està ubicada (Aqualata, "Igualada").

NOM	AQUALATA ASSESSORS I SERVEIS
ADREÇA	C/ Sant Magí, 2, 1r 5è
TEL.	93 804 80 70
FAX	93 804 80 71
WEB	-
MAIL	ais@aais.es
ORG. EMPRESARIAL	Empresa d'Igualada
SERVEI/PRODUCTE	Assessors d'empresa

Una treballadora d'*Aqualata Assessors i Serveis* explica que el nom el van posar entre els quatre socis i que ella no sap per què. L'empresa es va inaugurar el 1999. El seu servei va adreçat a altres empreses, ja que es dediquen a assessorar-ne.

Doncs bé, *Aqualata*, també utilitzat en altres empreses igualadines, és, suposadament, el nom romà de la ciutat d'Igualada. De fet, no se sap del cert si en temps dels romans ja existia el nom d'aquesta zona, però el que és segur és que *Igualada* ve d'*Aqualata*. *Aqualata* és una paraula composta per dos mots: el primer és *aqua* que evidentment ve del llatí i significa "aigua" (*aqua -ae f.*), i el segon és *lata* i ve de *latus -a -um* que és un adjectiu llatí que vol dir "ample."¹⁹ Per tant, si s'ajunten els dos significats de les paraules queda "aigua ampla" i amb una traducció no tan literal "gran extensió d'aigua", o, "allà on s'eixampla l'aigua." I és que Igualada va ser fundada al costat d'un riu, l'Anoia.

No és d'estranyar, doncs, que molts empresaris tinguin la voluntat d'anomenar *Aqualata* el seu establiment o la seva empresa, i és que demostra que el negoci està ubicat en aquesta ciutat i, que els seus propietaris són i se senten igualadins²⁰.



Targeta i logotip d'*Aqualata Assessors i Serveis*



Mapa del centre d'Igualada

¹⁹ PEDRAZA, Xavier. *Anoia Etimologia Toponímica*. Igualada: CECI, 1997.

²⁰ Com que *Aqualata* és utilitzat més d'una vegada, aquesta és la pàgina de referència per consultar l'origen del nom.

NOM	CURTITS AQUALATA
ADREÇA	C/ Varietats, 2
TEL.	93 803 69 02
FAX	93 803 60 98
WEB	www.curtits-aqualata.es
MAIL	curtaqua@empresas.inescop.com
ORG. EMPRESARIAL	Empresa d'Igualada
SERVEI/PRODUCTE	Pells de marroquineria

Tot i que l'empresa es va inaugurar el 1919 sempre s'ha dit igual. L'amo actual assegura que el nom el va escollir l'antic propietari, ara ja mort. No obstant, sí que tenia consciència de l'origen llatí.

El mot *curtits* fa referència a la tasca que realitza l'empresa i que és tan tradicional de la capital de l'Anoia, la d'adobar, adornar les pells²¹. Pel que fa a l'etimologia del terme llatí *Aqualata*, ja ha estat comentat anteriorment.²²



Logotip de *Curtits Aqualata*

Pel que fa al logotip només té relació amb el producte, la pell.



Vista aèria d'Igualada

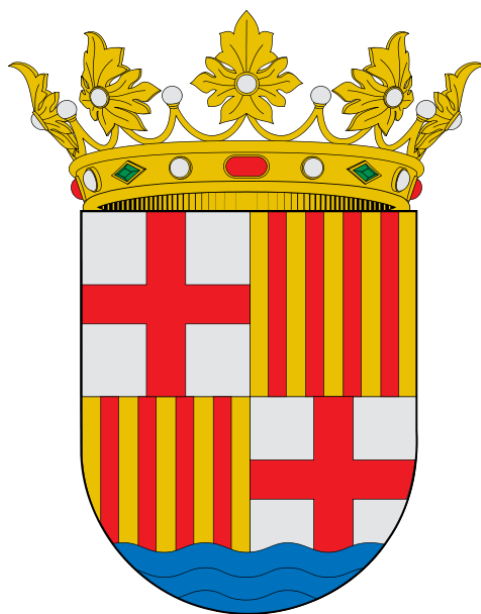
²¹ Real Academia Española

http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=curtido

²² Veure pàgina 27

NOM	EMBALATGES I CONTENIDORS AQUALATA
ADREÇA	C/ Gran Bretanya, 30 (Pol. Ind. Les Comes)
TEL.	93 803 12 41
FAX	-
WEB	-
MAIL	-
ORG. EMPRESARIAL	Empresa d'Igualada
SERVEI/PRODUCTE	Embalatges de cartró

El nom d'*Embalatges i Contenedors Aqualata* el va triar la seva gerent perquè volia per a l'empresa un nom relacionat amb la seva ciutat, i *Aqualata* li va semblar molt adequat. L'empresa es va inaugurar el 2008 i produeix embalatges de cartró per a fàbriques. Així doncs, el nom de l'empresa està clarament lligat amb la tasca que realitza i també amb la seva ciutat, tal com volia la seva mestressa. I és que Igualada és la derivació d'*Aqualata*, tal i com s'ha explicat anteriorment²³.



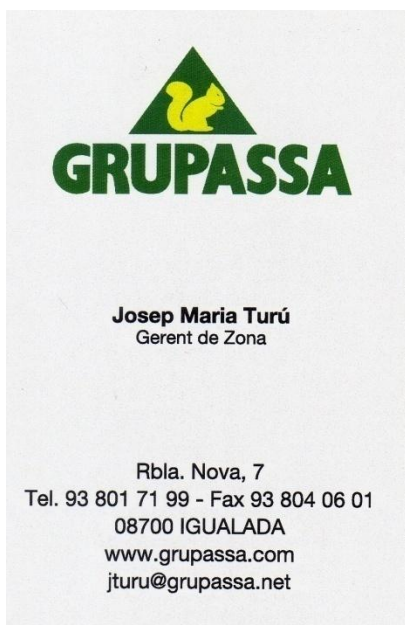
Escut d'Igualada amb l'aigua que li dóna nom, a la part inferior.

²³ Veure pàgina 27

NOM	ESPAIS PER VIURE AQUALATA
ADREÇA	Rambla Nova, 7
TEL.	93 801 71 99
FAX	93 804 06 11
WEB	www.grupassa.com
MAIL	igualada@grupassa.net
ORG. EMPRESARIAL	Franquícia a nivell espanyol
SERVEI/PRODUCTE	Intermediaris immobiliaris

Grupassa és una empresa que té com a objectiu prestar serveis immobiliaris. Va néixer el 1977 i el 1998 va iniciar el seu pla d'expansió per l'estat espanyol. Així doncs, té franquícies arreu d'Espanya però la gran majoria es localitzen a la província de Barcelona²⁴. *Espais per Viure Aqualata* és la franquícia que l'empresa manté a Igualada i es va obrir el 2005. Un dels amos assegura que van escollir *Aqualata* expressament: "per qüestió cultural, perquè és un nom diferent..." Aquest fet demostra que, per a alguns, el llatí està considerat com una llengua de prestigi, de qualitat.

El nom que van escollir fa clarament referència a la ciutat on està ubicada. És també una manera d'aproximar més la cadena a l'indret on té instal·lada la franquícia. El mot *Aqualata* està explicat en pàgines anteriors.²⁵



Targeta d'*Espais per viure Aqualata*



Passeig Verdaguer d'Igualada

²⁴ Empresa Grupassa. <http://www.grupassa.com/esp/index.html>

²⁵ Veure pàgina 27

NOM	LLIBRERIA AQUALATA
ADREÇA	C/ Sant Josep, 14
TEL.	93 805 10 29
FAX	-
WEB	-
MAIL	llibreria.aqualata@teleline.es
ORG. EMPRESARIAL	Llibreria d'Igualada
SERVEI/PRODUCTE	Libres, material escolar, vídeos i revistes

Aquesta llibreria d'Igualada, oberta des del 1989, va ser, segons l'amo, dels primers establiments igualadins en anomenar-se *Aqualata*. El mateix fundador explica que va escollir aquest nom perquè vol dir Igualada en llatí i perquè en el moment de la inauguració, segons creu, era l'únic establiment o empresa amb aquest nom. No és cert del tot ja que *Curtits Aqualata* data del 1919, però és veritat que la resta d'empreses anomenades *Aqualata* són posteriors a l'obertura de la *Llibreria Aqualata*.

Segurament és, de tots aquests establiments o empreses que s'anomenen *Aqualata*, el que resulta més conegut i el que més ha afavorit a fer arrelar el terme entre la població igualadina. Pel que fa a l'explicació del terme llatí, vegeu la nota a peu de pàgina²⁶.



Targeta i logotip de la llibreria *Aqualata*



Façana de la llibreria *Aqualata* a Igualada

El logotip de la *Llibreria Aqualata* recorda un llac tant per la forma com pel color blau. I és que el sentit etimològic d'*Aqualata* és "aigua extensa". La relació entre tots dos, doncs, resulta clara. A més a més, el color blau i la forma de les aigües són presents també en l'escut i la bandera de la ciutat.

²⁶ Veure pàgina 27

NOM	AQUASOS
ADREÇA	C/ Montmaneu, 9 local 2
TEL.	93 809 65 23
FAX	93 806 65 23
WEB	www.aquasos.com
MAIL	aquasos@aquasos.org
ORG. EMPRESARIAL	Associació de socorristes d'Igualada
SERVEI/PRODUCTE	Servei de socorrisme a platges i piscines. Públic en general

L'associació de socorrisme *Aquasos* es va crear aproximadament l'any 2005. Segons la secretària, el nom el van triar els fundadors per la relació que manté amb el servei que ofereix. Se suposa que en el moment d'escollir-lo tenien consciència que utilitzaven una paraula llatina i, en aquest cas, van jugar amb les paraules *Aqua* i *S.O.S.*

Per una banda, la paraula *aqua* ve del llatí *aqua -ae* f. que vol dir "aigua". Per altra banda, el senyal d'emergència procedent del codi Morse més utilitzat internacionalment és *S.O.S.* Doncs bé, *Aquasos* és un clar exemple de com el nom de l'associació reflecteix a la perfecció el servei que es presta: salvament a l'aigua (ja sigui en piscines o en platges).



Rètol d'*Aquasos*



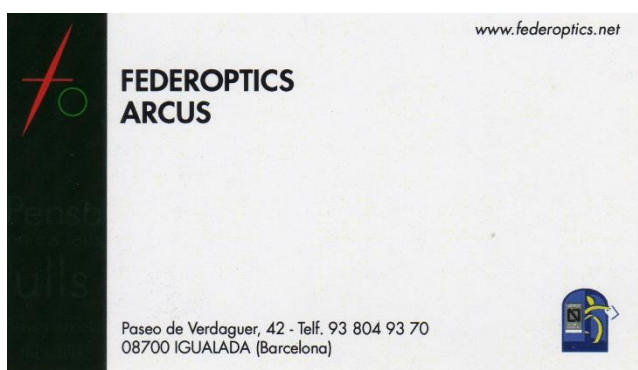
Façana d'*Aquasos* a Igualada

Pel que fa al logotip de l'associació igualadina, també s'hi observa un estret lligam amb el significat. S'hi pot veure una figura humana que està nedant, això recorda tant l'aigua com el servei de socorrisme.

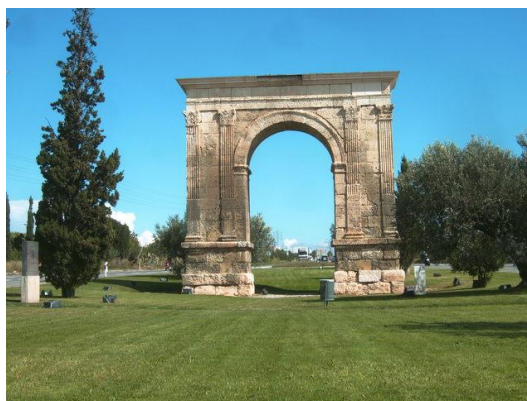
NOM	FEDEROPTICS ARCUS
ADREÇA	Pg. Jacint Verdaguer, 42
TEL.	93 804 93 70
FAX	-
WEB	www.federoptics.net
MAIL	arcus@federopticos.com
ORG. EMPRESARIAL	Franquícia d'Igualada
SERVEI/PRODUCTE	Òptica

Al 1989 un grup d'òptics-optometristes va decidir unir-se per aconseguir millors resultats en la seva feina, d'aquí va néixer *federopticos*. Hi ha franquícies arreu d'Espanya i una la trobem a Igualada. La dependenta d'aquesta òptica coneix els amos personalment, per això sap que van posar *arcus* a la seva òptica perquè tenen un apartament a Berà. Doncs bé, el monument més conegut d'aquesta població és el seu arc, l'Arc de Berà. A la paraula arc li van afegir la terminació -us, que com bé saben els amos és la terminació llatina que li pertoca. Però aquesta òptica no sempre ha portat el mateix nom, sinó que fa uns vuit o nou anys aproximadament es deia *Òptica Torelló*.

La paraula ve d'*arcus -us* m. que com es pot suposar vol dir "arc".



Targeta de *Federoptics Arcus* on es pot observar el seu logo



Arc de Berà, inspirador del nom de l'òptica

NOM	ATENA
ADREÇA	C/ Joan Abad, 15 1r
TEL.	93 803 51 97-607 164 226
FAX	-
WEB	www.atena2000.com
MAIL	Atena2000se@hotmail.com
ORG. EMPRESARIAL	Botiga d'Igualada
SERVEI/PRODUCTE	Venda d'àlbums, regals... i enquadernacions

Segons la dependenta, aquesta papereria d'Igualada es va obrir l'any 1997. El nom el van triar els amos, però no se'n sap el motiu. La dependenta desconeixia que *Atena* tingués un origen clàssic, però es pot suposar que els amos sí que ho sabien. *Atena* és un establiment adreçat majoritàriament a mares i a nens.

Pel que fa a l'origen etimològic, la paraula *Atena* ve del grec Ἀθηνᾶ ἄς ἦ. Era el nom d'una de les deesses més importants en el món antic: Atena, filla de Zeus, i deessa de la saviesa, de la intel·ligència i de la guerra. A més a més era la patrona d'Atenes i a ella estava consagrat el temple del Partenó.

Per tant, es pot trobar una certa relació entre el nom i els productes de l'establiment.



Rètol a la façana de la botiga *Atena* a Igualada



Imatge d'Atena

En mirar el logotip d'*Atena* s'hi veu, a més de les lletres, un llibre. Per tant, es pot afirmar que el logotip d'aquesta botiga es va crear inspirant-se en la saviesa que es desprèn dels llibres i per tant una atribució de la deessa grega. S'ha de pensar, però, que aquesta associació llibre-saviesa és actual, ja que en el món grec no es coneixia el format del llibre com s'entén ara.

NOM	ATLAS
ADREÇA	C/ Sant Pau, 12
TEL.	93 805 57 92
FAX	-
WEB	www.atlasfundacio.org
MAIL	-
ORG. EMPRESARIAL	Entitat d'Igualada
SERVEI/PRODUCTE	Educació no formal

Atlas és una fundació que es dedica a la formació no formal, creada el 1994 a Igualada per un grup de mestres. La secretària actual explica que hi va haver un canvi de nom, ja que anteriorment es deia *Associació Sociocultural Atlas*. Tot i que sí que sabia que és un nom d'origen clàssic, no va saber dir el motiu pel qual els fundadors van escollir-lo.

Atlas o *Atlant* és un personatge mitològic, concretament un tità, fill de Jàpet i l'oceànida Clímene. Probablement el nom significa "el qui ho porta o suporta". El mite explica que aguantava el cel damunt seu i que un dia, Perseu, després d'aconseguir el cap de la Medusa, va passar per allà, va ensenyar-lo a Atlas i aquest va quedar petrificat, originant l'*Atlas*, la ordillera del Marroc. Segons una altra versió, Atlas es va veure obligat a aguantar el cel per sempre més, després que Hèracles (o Hèrcules) se'n burlés. Segons aquesta



Atlas

versió, Hèracles, en l'onzè treball, havia d'aconseguir les pomes del jardí de les Hespèrides i Atlas es va oferir per anar-hi. Mentrestant, Hèracles aguantava el cel, però quan el seu company va tornar, li va demanar que s'hi tornés a posar un moment perquè li havia quedat mal posat. Atlas, innocent, s'hi va tornar a posar, i aquesta vegada per sempre més.



Façana d'*Atlas* a Igualada

Quan hom fa referència a *Atlas* també pot referir-se al Marroc, per la serralada que en porta el nom. En aquest sentit, es pot relacionar amb la *Fundació Sociocultural Atlas*, ja que acull persones d'arreu del món. A partir d'aquí, no crec que hi hagi més lligams entre el nom i el tità.

NOM	ATRI
ADREÇA	C/ Dinamarca, 5 Nau 9
TEL.	93 805 10 70
FAX	93 805 21 71
WEB	www.lasguias.com/atri
MAIL	info@atri.cat
ORG. EMPRESARIAL	Empresa d'Igualada
SERVEI/PRODUCTE	Construcció

L'empresa *Atri* es va inaugurar l'any 1989. Segons els secretaris, van ser els amos qui en van triar el nom, segurament perquè van relacionar-lo amb la construcció i a més els devia sonar el terme llatí. *Atri* és una empresa constructora i per tant el seu servei va adreçat a empreses o a constructors particulars.

En cercar el sentit etimològic de la paraula *Atri*, es veu una certa relació amb el món de la construcció, ja que ve del llatí *atrium -ii n.*: "atri, vestíbul, sala" (d'una casa). De fet, la vida domèstica dels romans s'estructurava al voltant de l'atri, que era una mena de pati quadrat interior i obert. Totes les estances de la *domus* "casa" tenien sortida a l'atri, i a més l'aigua de la pluja queia a un petit estanyol, l'*impluvi*, i quedava emmagatzemada en una cisterna soterrada²⁷. Es pot afirmar, doncs, que el nom de l'empresa i el servei que ofereix mantenen una bona sintonia.



Logotip d'*Atri* a les oficines del Polígon Industrial Les Comes d'Igualada



Imatge d'un atri

²⁷ OLIVA MARCH, Salvador. *Cultura clàssica Entre l'àgora i el fòrum*. Barcelona: Ediciones del Serbal, 2004. Pàg. 157

NOM	CAVE CANEM
ADREÇA	C/Sant Antoni de baix, 35 5è 2a
TEL.	639 51 59 53
FAX	-
WEB	www.decavecanem.com
MAIL	jordi@decavecanem.com
ORG. EMPRESARIAL	Empresa d'Igualada
SERVEI/PRODUCTE	Instructor caní

Cave canem és una empresa que es dedica a l'ensinistrament caní des de fa uns deu o dotze anys. El nom el va triar el mateix amo perquè el volia amb una certa connotació històrica, i que, per tant, fos diferent dels noms més habituals del sector del gos.

Cave és una forma verbal del verb llatí *caveo* que significa "estar o posar-se en guàrdia, guardar-se de". *Canem* és l'acusatiu singular del mot *canis* -is m. i f. que vol dir "gos o gossa". Però és que en el món romà l'expressió *Cave Canem* existia i volia dir "ves amb compte amb el gos." És la frase típica que es posava a les *domus* o a les *villae* per advertir que l'habitatge estava guardat per un gos ferotge. És prou conegut el seu equivalent castellà: "cuidado con el perro". Així doncs, l'amo de *Cave Canem* coneix perfectament l'origen de l'expressió que havia escollit per a la seva empresa. Explica que li havia fet gràcia i, com que buscava un nom amb ressonàncies antigues i que fos diferent, aquest li va semblar perfecte.



Logotip de *Cave Canem*



Imatge d'un gos

En el logotip també s'hi veu un mosaic. És la imatge d'un conegut mosaic trobat en una *domus* de Pompeia i que anava acompanyat precisament d'aquesta expressió.

El mot llatí "canem" dóna el terme antic "ca" que significa gos i que encara és utilitzat a Mallorca. També dóna al català actual cultismes com l'adjectiu "caní".

NOM	DOMUS
ADREÇA	C/ Joan Maragall, 1
TEL.	93 803 43 18-96 594 33 60
FAX	-
WEB	www.domus.sh
MAIL	domuscentral@domuscentral.com
ORG. EMPRESARIAL	Empresa i establiments a nivell d'Europa
SERVEI/PRODUCTE	Mobiliari i complements per a la decoració de la llar

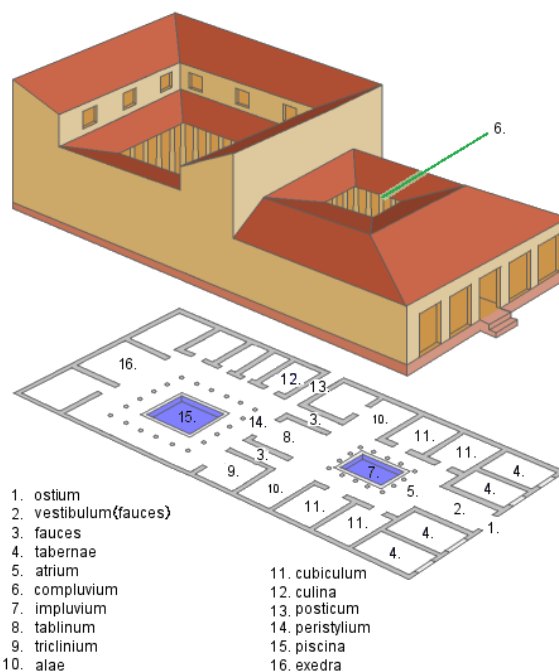
A Igualada hi ha una franquícia de l'empresa europea *domus*. El dependent igualadí creu que el nom el va triar el propietari justament pel significat de la paraula i afirma saber-ne el significat. Es va inaugurar el 1918.

La paraula llatina *domus*, *-us f.* o *domus, -i f.* vol dir "casa". A l'antiga Roma hi havia tres tipus d'habitatges: les *insulae*, una espècie de blocs de pisos, eren els habitatges de la gent de classe mitjana o baixa; la *villa* era una mena de segona residència de les famílies benestants al camp; i la *domus* era l'habitatge de les classes adinerades que vivien a les ciutats. Eren unes construccions luxoses, amb el seu atri, peristil, habitacions, etc. Algunes eren decorades amb impressionants mosaics²⁸.

És evident, doncs, que *domus* va ser triat expressament ja que tots els productes estan relacionats amb la llar.



Façana de la franquícia *domus* a Igualada



- | | |
|-----------------------|----------------|
| 1. ostium | 11. cubiculum |
| 2. vestibulum(fauces) | 12. culina |
| 3. fauces | 13. posticum |
| 4. tabernae | 14. peristylum |
| 5. atrium | 15. piscina |
| 6. compluvium | 16. exedra |
| 7. impluvium | |
| 8. tablinum | |
| 9. triclinium | |
| 10. alae | |

Plànol d'una domus

²⁸ Diversos autors. *Llatí-1*. Barcelona: Ed. Vicens Vives Batxillerat, 2008. Pgs. 220-223

NOM	DUO PARQUET
ADREÇA	C/ Nou, 18
TEL.	93 806 85 50
FAX	-
WEB	
MAIL	duoparquet@hotmail.com
ORG. EMPRESARIAL	Empresa i establiment d'Igualada
SERVEI/PRODUCTE	Venda de parquet

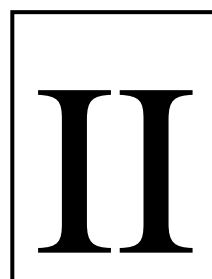
L'empresa *Duo Parquet*, creada el 2008, és de dos socis. La dona d'un d'ells diu que no tenien consciència que la seva empresa tingués un nom d'origen llatí, i que van escollir el mot *Duo* pel fet que eren dos socis. Des del dia de la seva inauguració s'ha dit *Duo Parquet*. El seu producte, el parquet, va adreçat a tota mena de clients.

Duo és un numeral llatí, *duo-duae*. Com la gran majoria de les paraules llatines, aquesta també es declina, però només en plural. En aquest cas el masculí i el neutre funcionen per la 2a declinació i el femení per la 1a.

Tot i que els amos de *Duo Parquet* no sabessin que es tractava d'un numeral llatí, ells van optar per posar aquest nom. Aquest cas ens demostra que els ètims llatins són un recurs molt utilitzat també en el llenguatge publicitari actual. Fins a tal punt formen part del nostre bagatge lingüístic que n'hi ha que els utilitzen sense ésser-ne conscients.



Façana de *Duo Parquet* a Igualada



El número *dos* en nombres romans

NOM	FITO-NATURA
ADREÇA	C/ Camèlies, 11
TEL.	93 804 30 54
FAX	93 777 00 53
WEB	-
MAIL	Fito_natura@hotmail.com
ORG. EMPRESARIAL	Establiment d'Igualada
SERVEI/PRODUCTE	Dietes, massatges, homeopatia...

Aquest establiment d'Igualada es va inaugurar l'any 2000 aproximadament. El fill dels amos afirma que el nom va ser escollit pels seus pares, els quals tenien coneixements de cultura clàssica, i textualment n'explica la raó: "*fito* vol dir *planta* en grec, la nostra botiga tracta la medicina natural". És un establiment de caire naturalista, on els productes són ecològics, sans i naturals. No només es dediquen a la part de l'alimentació, sinó que també toquen temes de salut i de teràpia com la psicologia, l'acupuntura, el quiromassatge...

φυτόν οὐ τό és un mot del grec i el seu significat és "vegetal, arbre, planta". El nom és molt encertat, gairebé es pot dir que manté una total sintonia amb els productes que ofereix, a més, el subtítol del rètol és *plantes medicinals*, cosa que posa encara més de manifest la funció de la botiga.



Una de les finestres de la botiga, on s'enumeren els serveis que s'hi ofereixen



Rètol de *fito-natura* a la botiga d'Igualada

Els seus serveis van dirigits a tota la família, com demostra el logo on s'hi observa un pare, una mare i el seu fill.

NOM	VIAJES IBERIA
ADREÇA	Rambla Nova, 22
TEL.	93 805 28 18 / 93 804 02 02
FAX	-
WEB	www.viajesiberia.com
MAIL	reservas@viajesiberia.com
ORG. EMPRESARIAL	Cadena a nivell d'Espanya
SERVEI/PRODUCTE	Agència de viatges

L'agència de viatges *Viajes Iberia* fa molts anys que funciona, aproximadament des del 1900. Una treballadora de la franquícia d'Igualada no tenia constància de l'origen del nom, però creu que sempre s'ha dit igual.

Ἰβηρία ας ἢ "Iberia." Des del segle VIII fins el VI aC, els grecs van fundar colònies al llarg de la Mediterrània i entre altres llocs van arribar al nostre territori. Els grecs, de procedència focea, van anomenar Ἰβηροί (ibers) als habitants de la terra on havien arribat ja que el riu més important es deia Ἰβηρ (Ebre). Per tant, la terra també la van anomenar Ἰβηρία o sigui la Península Ibèrica. Doncs bé, el nom de *Viajes Iberia*, com el de la coneguda companyia d'aviació, està clarament relacionat amb el terme grec, i molt probablement l'amo de l'empresa es va inspirar en el mot clàssic.



Façana de la franquícia de *Viajes Iberia* a Igualada



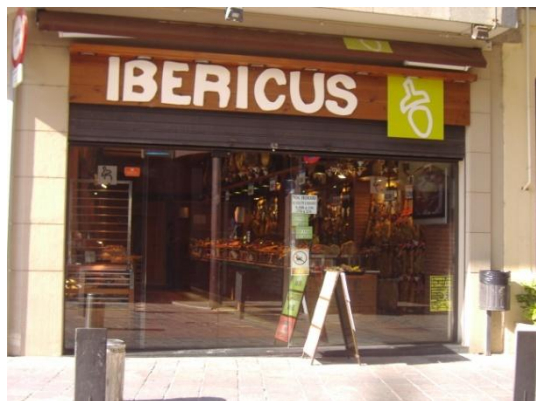
Península Ibèrica

NOM	IBERICUS
ADREÇA	Pl. de la Creu, 20-21
TEL.	93 803 65 04
FAX	-
WEB	-
MAIL	-
ORG. EMPRESARIAL	Cadena a nivell de Catalunya
SERVEI/PRODUCTE	Venda d'embotits

Segons la dependenta més antiga que treballa a la botiga que la cadena *IBERICUS* va establir a Igualada el 2004, l'amo va triar aquest nom perquè està relacionat amb el seu producte estrella, el pernil ibèric. Tot i això, les treballadores no eren conscients que es tractés d'un nom d'origen llatí, i aquest fet les va sorprendre una mica.

Ibericus en llatí o ἰβηρικός en grec són adjectius que procedeixen d'Ἴβηρ - ηρος ó "iber", que alhora prové del mot amb què els grecs anomenaven el riu Ebre (Ἰβηρ) i per extensió tota la península i també els seus habitants. Els ibers van arribar a la Península Ibèrica cap al segle XVI aC. procedents del nord d'Àfrica. Vivien agrupats en tribus i es dedicaven a l'agricultura, a la pastura i la indústria dels metalls. Segons la regió on habitaven, la seva cultura era diferent, ja que les tribus de la costa van evolucionar més i més ràpidament. La tribu que habitava a l'assentament d'Ullastret va mantenir contacte amb els primers colonitzadors grecs que cap al segle VII aC. havien arribat a la península. També mantingueren relació amb els romans a partir de l'any 218 aC.

Així doncs, tant el nom de la *Península Ibèrica* com el de la botiga *IBERICUS* procedeixen del mateix mot. Per tant, el pernil ibèric és aquell engreixat a casa nostra, a la Península Ibèrica, d'aquí ve el nom tant de l'embotit com de l'establiment²⁹.



Façana d'*IBERICUS* a Igualada



Pernil ibèric de gran qualitat

²⁹ Diversos autors. *Llatí-1*. Barcelona: Ed. Vicens Vives Batxillerat, 2008. Pg. 182

NOM	GIMNÀS ÍTACA
ADREÇA	C/ Montmaneu, 5
TEL.	93 805 08 25
FAX	-
WEB	-
MAIL	-
ORG. EMPRESARIAL	Gimnàs d'Igualada
SERVEI/PRODUCTE	Gimnàs, teràpies, quiropràxia...

El *Gimnàs Ítaca* es va inaugurar a Igualada el 2005. Els amos van posar-li el nom justament per la simbologia que arrossega i, per tant, sí que tenien consciència que utilitzaven un nom d'origen clàssic. El servei que aquest gimnàs ofereix va adreçat a tota la població: tant fan activitats per a infants, joves i adults, com per a persones de la tercera edat.

Ítaca (Ἰθάκη) és una de les illes de la mar Jònica, a Grècia. Té 96km² i 4.950 habitants. S'hi conrea la vinya i les oliveres. Se la identifica amb la pàtria d'Ulisses, per això ha estat objecte de recerques arqueològiques que pretenien verificar les dades de l'*Odissea*³⁰. Hom fa referència a Ítaca com un país exòtic, llunyà i símbol de les aventures d'Ulisses. Aquest heroi grec va tardar deu anys a tornar a casa després de viure un seguit d'aventures inimaginables. Semblava que ja mai més arribaria i la seva família estava desesperada, és per aquest motiu que Ítaca és com la pau, la tranquil·litat... és el lloc de retrobament familiar. Fins i tot, a partir d'un conegut poema del poeta neogrec Kavafis, versionat musicalment per Lluís Llach, molts identifiquen en Ítaca un símbol de la vida humana.³¹

El nom de *Gimnàs Ítaca* vol reflectir aquest esperit aventurer i de viatge de la vida, junt amb la idea de pau i benestar.



Façana del *Gimnàs Ítaca* a Igualada



Mapa de Grècia amb la ubicació d'aquesta illa

³⁰ *Gran Enciclopèdia Catalana*. Vol.13 pg. 175
La Gran Enciclopèdia en Català. Vol. 11 pg. 8577

³¹ KAVAFIS, Konstantinos. *Poemes*. Barcelona: Ed. Curial, 1984 Pàgs. 70-73

NOM	KAELIA
ADREÇA	C/ Sant Magí, 31-33
TEL.	93 804 32 49
FAX	-
WEB	-
MAIL	-
ORG. EMPRESARIAL	Cafeteria d'Igualada
SERVEI/PRODUCTE	Cafeteria, croissanteria i creperia

Aquesta cafeteria d'Igualada es va inaugurar el 1991, la mestressa explica que el nom el van triar entre tota la família, ja que es tracta d'un negoci familiar.

Doncs bé, el nom *Kaelia* surt d'una paraula llatina que és *caelus -i m.* que vol dir "cel". La mestressa explica que van adaptar la paraula arcaica a un món modern on la lletra *k* sembla que estigui de moda i que li doni un toc més comercial. Per tant de *caeli* els va quedar *Kaelia*. La mestressa també explica que a l'hora de cercar un nom per a la seva cafeteria en volien un que inspirés tranquil·litat i que fos indicador d'un lloc on els clients es poguessin sentir relaxats. Per tant, la paraula *cel* els va semblar perfecta.

A més de l'explicació que la mestressa em va donar sobre el nom *kaelia*, n'hi ha una altra que no és coneguda pels amos de la cafeteria igualadina. Resulta que *caelia* també és un mot llatí d'origen ibèric que designa una beguda molt semblant a la cervesa. Es tracta, doncs, d'una coincidència curiosa, ja que els dos mots tenen un significat molt diferent però tot i això els dos escauen com a rètols per a una cafeteria.



Façana de *Kaelia* a Igualada.



Rètol de *Kaelia*

NOM	KAN BAKUS
ADREÇA	Rambla Sant Isidre, 12
TEL.	93 803 00 10
FAX	-
WEB	www.kanbakus.com
MAIL	info@kanbakus.com
ORG. EMPRESARIAL	Restaurant d'Igualada
SERVEI/PRODUCTE	Restaurant, bar de vins, sushi bar i botiga de vins

Kan Bakus d'Igualada es va inaugurar el 2002 com a restaurant, bar de vins, sushi bar i botiga de vins. És per això que majoritàriament està adreçat a homes i dones de 25 a 55 anys. Els amos van rumiar bé el nom que havien de posar al seu negoci i es pot dir que *Kan Bakus* és un nom molt adequat. És curiós saber que l'amo del local és un prestigiós cuiner i sommelier.

Bacus (Βάκχος) o Dionís (Διόνυσος) és el déu de la vinya i del vi. Bacus, fill de Zeus, és conegut com el déu que "va néixer dues vegades", una quan Zeus el va treure del ventre de Sèmele quan encara no estava acabat de formar, i l'altra quan va néixer de la cuixa del propi Zeus. Sovint apareix sota la forma d'un nen petit, com es mostra en l'escultura postclàssica *Hermes amb Dionís infant* de Praxíteles. Bacus o Dionís era tan important en la societat grega que fins i tot el teatre va néixer del culte que es dedicava a aquest déu. Els atributs de Bacus eren els pàmpols de vinya o els gotims de raïm³².

Així doncs, els amos de *Kan Bakus* han adaptat el nom al llenguatge SMS fent ús de les "k" per donar-li un to d'actualitat i d'estar al cas de les darreres novetats. I a més, d'aquesta manera sembla que hom s'estigui referint a "la casa del déu del vi", amb l'expressió *Can* que significa "a casa de".



Logotip de *Kan Bakus*



Los borrachos o *El Triunfo de Baco*, Diego Velázquez. Bacus és la figura central, representat amb els seus atributs

³² Diccionari de l'Enciclopèdia. *Diccionari de Mitologia Clàssica*. Pàgs. 125-128
GRIMAL, Pierre. *Diccionario de mitología griega y romana*. Barcelona, 1983. Pàgs. 139-141

NOM	MAGNA
ADREÇA	Pl. Catalunya, 5
TEL.	93 803 92 97
FAX	-
WEB	-
MAIL	-
ORG. EMPRESARIAL	Establiment d'Igualada
SERVEI/PRODUCTE	Roba femenina de talles grans

La dependenta de *magna*, una botiga de roba de talles grans, assegura que tant ella com els amos de la botiga sí que tenien consciència que la botiga té un nom d'origen clàssic. Explica que els amos van triar aquest nom justament pel significat que té la paraula *magna* "gran". La botiga es va obrir el 2003 i els productes van adreçats a dones de 30 a 60 anys, aproximadament.

magnus -a -um és un adjectiu llatí que significa "gran, gros". Fa irregulars el comparatiu *maior, maius* i el superlatiu *maximus -a -um*.

Així doncs, és evident el vincle que hi ha entre el nom i la funció de la botiga. El nom d'aquest establiment demostra que el llatí és una de les llengües més utilitzades a la publicitat, ja que a l'hora de posar nom a la botiga podrien haver optat per una fórmula com, *Moda Gran*, però en canvi es van decantar per un adjectiu llatí.



Porta d'entrada a *magna*



Façana de *magna* a Igualada

NOM	MARATHON ESPORTS
ADREÇA	C/ La Torre, 9
TEL.	93 803 96 89
FAX	-
WEB	-
MAIL	-
ORG. EMPRESARIAL	Franquícia Twinner a nivell d'Espanya
SERVEI/PRODUCTE	Venda d'articles d'esport

El simpàtic propietari de la botiga d'esports *Marathon Esports* afirma que ja sabia que es tractava d'un nom d'origen hel·lènic. Va obrir la botiga al 1985 i durant uns 13 anys es va anomenar *Esports'92*. Així doncs, aquesta botiga sempre ha portat noms relacionats, evidentment, amb el món de l'esport.

La paraula *marathon* és anglesa i en català vol dir "marató". Però efectivament el seu origen rau en un mot grec: Μαραθῶν ὄνος ὁ. Marató és una esplanada de l'Àtica, una regió de Grècia, coneguda per un fet que hi va succeir. Resulta que durant les Guerres Mèdiques, quan els atenesos s'enfrontaren contra els perses, un jove atenès va anar corrent des de Marató fins a Atenes per anunciar que els enemics que havien fugit en vaixell, es dirigien a Atenes per atacar-los des del mar. Es veu que aquest noi, un tal Fidípides, va fer un esforç tan gran per anar-hi corrent, que quan va haver arribat, va exclamar: "hem guanyat" i va morir d'esgotament. D'aquesta manera, amb la restauració el 1896 dels Jocs Olímpics moderns a càrrec de Pierre de Frey, conegut popularment com *el baró de Coubertin*, es va instaurar una nova prova en honor seu. La prova, encara vigent en l'actualitat, consisteix a córrer una distància d'uns 40km, que són els que va recórrer Fidípides just abans de morir. Evidentment, l'esmentada prova és la *marató*.



Façana de *Marathon Esports* a Igualada



Túmulo funerari i estela a Marató (Grècia)

NOM	METAL ALUMINIUM
ADREÇA	C/ Nicolau Tous, 38
TEL.	93 701 51 95 - 679 36 04 27
FAX	-
WEB	-
MAIL	-
ORG. EMPRESARIAL	Empresa d'Igualada
SERVEI/PRODUCTE	Fusteria, metàl·lica, tendals, mampares de bany...

La secretària de *Metal Aluminium*, que a la vegada és la filla de la mestressa, explica que el nom el va escollir la seva mare simplement perquè li agradava. En preguntar-li si sabia si es tractava d'un nom d'origen llatí, va respondre afirmativament. L'empresa, que es dedica al món de la metàl·lica, però també toca facetes com la fusteria, les mampares de bany, etc, es va obrir el 1994.

Alumen -inis n. : "alum" (sulfat doble d'alumini i de potassi, ordinàriament cristal·litzat, dotat de propietats astringents i estíptiques)³³. D'aquí procedeix l'alumini, de l'anglès *aluminium* que era una modificació del terme *aluminum* creat el 1812 pel físic H. Davy com a derivat del llatí *alumen*. *Metal* també és un mot anglès que significa "metall" i procedeix del terme llatí *metallum* - i n.: "metall".



Façana de *Metal Aluminium* a Igualada



Logotip de *Metal Aluminium*

En el logotip d'aquesta empresa igualadina s'hi pot veure un conjunt de formes geomètriques, que tot i no estar directament lligades amb el significat del nom, recorden el treball amb el metall, un material que permet ser tallat donant-li la forma que convingui.

³³ BRUGUERA, Jordi. *Diccionari etimològic*. Barcelona: Ed. Enciclopèdia Catalana, 1996.

NOM	NEXUS
ADREÇA	Rmbl. Sant Isidre, 15
TEL.	93 803 63 06
FAX	-
WEB	-
MAIL	-
ORG. EMPRESARIAL	Bar d'Igualada
SERVEI/PRODUCTE	Cafeteria i entrepans

El bar *nexus* fa molts anys que està obert, aproximadament des del 1980. Ha passat per diferents amos, però sempre conservant el nom, per això la mestressa actual no sap exactament qui el va triar ni per quin motiu.

Nexus -us m.: "vinclé, nexé, encadenament, entrelaçament" és un mot llatí que escau força a un bar on la gent es troba i estreny vincles d'amistat o d'altra mena. També ho afavoreix la situació del local, ja que es troba en un dels principals carrers d'Igualada, la Rambla Sant Isidre, i molt a prop d'un altre carrer important, el de Sant Magí, fet que el converteix en un punt de trobada. Tanmateix és només una possible explicació ja que el motiu original no se sap.



Façana i logo del bar *nexus* a Igualada



Un tiquet de caixa del bar *nexus*

NOM	NITIDUS
ADREÇA	C/ Les Comes, 49-55 baixos 2a (domicili particular)
TEL.	93 806 71 39
FAX	-
WEB	-
MAIL	-
ORG. EMPRESARIAL	Empresa d'Igualada
SERVEI/PRODUCTE	Productes de neteja

Nitidus és una empresa igualadina que es dedica a la neteja, ja sigui de pisos, d'oficines... Es va inaugurar el 2007. La representant que té l'empresa assegura que el nom va ser triat expressament justament pel seu significat, és a dir, que els amos de l'empresa sabien perfectament el nom que havien buscat.

Nitidus -a -um és un adjectiu llatí que significa "nítid, brillant, radiant, clar, net". És evident, doncs, que hi ha un estret lligam entre el significat de la paraula i el servei que ofereix l'empresa. D'aquesta manera els amos van voler que el seu negoci causés una bona primera impressió a l'oïda i que el seu nom aportés aquesta càrrega de netedat, brillantor... i per tant, també de feina ben feta.



Logotip de l'empresa *nitidus*

En el logo de *nitidus* s'hi observen quatre línies lleugerament corbades. Normalment s'identifiquen amb l'aigua i, com que per netejar l'aigua resulta un element indispensable, es pot dir que el logotip i el servei mantenen certa relació.

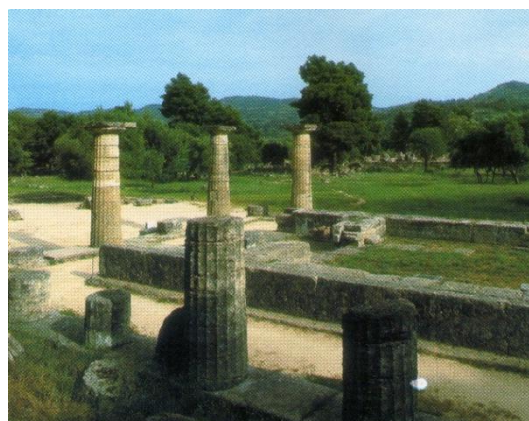
NOM	OLYMPIA
ADREÇA	Pl. de la Creu, 3
TEL.	93 805 24 42
FAX	93 805 55 12
WEB	www.grupoolympia.es
MAIL	igualada@grupoolympia.es
ORG. EMPRESARIAL	Empresa a nivell d'Europa
SERVEI/PRODUCTE	Empresa de Treball Temporal (ETT)

La primera oficina d'aquesta empresa de treball temporal es va obrir el 1969 a La Haia, Països Baixos. Des de llavors ha crescut i s'ha expandit arreu d'Europa fins arribar a tenir franquícies a set països diferents. L'empresa es caracteritza per les seves ganes de prosperar i d'ajudar a persones desocupades³⁴. Una de les treballadores d'*Olympia* a la franquícia d'Igualada assegura saber que el mot prové de la llengua grega, però que no en coneix exactament el significat. Com tampoc en sap el motiu, ja que l'empresa fa ser fundada fa anys i lluny d'aquí. Tot i això, es pot donar per entès que a l'hora d'escollir el nom, els amos tenien plena consciència del seu origen hel·lènic.

En grec s'escriu Ὀλυμπία, i és l'antic santuari del Peloponnès, la coneguda península de Grècia. És famós pel temple de Zeus Olímpic i pels Jocs Olímpics que s'hi celebraven cada quatre anys des del 776 aC³⁵. La regió, doncs, esdevingué coneguda arreu de Grècia a partir del segle VIII aC, però actualment és cèlebre a tot el món. Potser per aquest motiu els fundadors van triar entre tots els noms possibles per a la seva empresa *Olympia*, ja que és reconegut mundialment. A més, els antics Jocs Olímpics eren també un esdeveniment religiós i esportiu adreçat a tot el món civilitzat.



Logotip d'*Olympia*



Aspecte de les ruïnes del temple d'Hera (s. VIII aC) a Olimpia

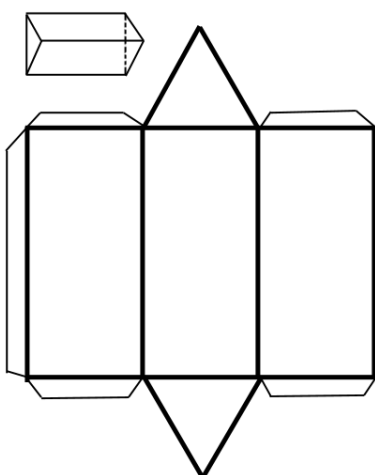
³⁴ Olympia: <http://www.grupoolympia.es/company/history/>

³⁵ *La Gran Enciclopèdia en Català*. Vol. 15 Pàg. 11269

NOM	PRISMA
ADREÇA	C/ Pierola, 9
TEL.	93 805 39 70
FAX	-
WEB	-
MAIL	-
ORG. EMPRESARIAL	Botiga d'Igualada
SERVEI/PRODUCTE	Fotografia i serveis digitals

El 1990 es va obrir la botiga *Prisma* a Igualada, un establiment dedicat a la fotografia. La seva mestressa no sabia que el nom que ella mateixa havia escollit fos d'origen grec ja que el va triar perquè és una part de la màquina de fotografiar.

πρίσμα - ατος τό és un mot grec del qual l'Enciclopèdia dóna aquest significat: "Políedre que té dues cares iguals i paral·leles (dites *bases*), les altres cares (dites *cares laterals*) essent paral·lelograms", és, per tant, la figura geomètrica que reuneix aquestes característiques.



Prisma triangular

Però la mestressa de la botiga va posar-li el nom per aquest altre significat de la paraula *prisma*: "Sistema òptic constituït per dos diòptres plans que delimiten un medi transparent i formen un angle no nul, dit *angle del prisma*³⁶" i que és, per tant, el nom que rep una peça de la màquina de fotografiar.



Façana de *Prisma* a Igualada

³⁶ Enciclopèdia catalana:
www.enciclopedia.cat/cgi-bin/CercaGEC3.exe?APP=CERCAPAR&PAG=0001&PAR=prisma

NOM	PUERIMUEBLE
ADREÇA	Pg. Verdaguer, 16
TEL.	93 803 00 90
FAX	-
WEB	www.puerimueble.com
MAIL	central@puerimueble.com
ORG. EMPRESARIAL	Botigues a Barcelona, Tarragona, Reus i Igualada
SERVEI/PRODUCTE	Puericultura i mobles

Aquesta cadena, que té un establiment a Igualada, es dedica al món del bebè. Està centrada en la puericultura i en mobles necessaris per als més petits de la casa. Segons la dependenta igualadina, es va inaugurar aproximadament el 1960, i tot i fer tants anys, sempre s'ha dit igual. El nom el va triar l'amo del negoci ajuntant dues paraules, *puericultura* i *mueble* (en castellà). La dependenta no tenia consciència de l'origen de la paraula i no se sap si l'amo va posar el nom pel simple fet d'ajuntar dues paraules o perquè en realitat sabia que estava utilitzant un mot llatí.

Puer -i m.: "nen". A partir de la paraula llatina s'ha creat el mot puericultura, que és "la branca de la medicina que estudia el conjunt de mitjans que afavoreixen el desenvolupament físic i psíquic dels infants"³⁷. Doncs bé, *puerimueble* té un clar lligam amb els productes que ofereix l'establiment, ja que tots els mobles, com la resta d'accessoris, estan relacionats amb la infància.



Façana de *Puerimueble* a Igualada



Targeta amb el logo de *Puerimueble*

El logo de la botiga reproduïx el primer dibuix que un nen aprèn a fer: el sol. A més, el dibuix és molt simple, tal i com ho faria un nen petit.

³⁷ Diccionari de la Llengua Catalana: <http://www.grec.cat/cgibin/mlt00x.pgm>

NOM	Q.RUM BARCELONA
ADREÇA	C/ La Torre, 7 baixos
TEL.	93 804 83 12
FAX	-
WEB	-
MAIL	evangelinaayuso@caroimer.com
ORG. EMPRESARIAL	Botiga d'Igualada
SERVEI/PRODUCTE	Venda de roba de dona

Segons l'opinió de la dependenta de *Q.rum barcelona*, van ser els amos del negoci els que van triar el nom i ella no en sap el motiu. La botiga està oberta des del 2008 i va dirigida a dones de 18 a 40 anys.

Qui quae quod és el pronom relatiu llatí. Doncs bé, la forma *quorum* correspon al genitiu plural masculí i neutre que, per tant, significa "dels quals". El nom de la botiga adopta aquest relatiu plural per transmetre el missatge de clientela nombrosa i oberta. Es tracta, a més, d'un llatanisme incorporat al català (*quòrum*, abreviació de *quorum praesentia sufficit*) amb el sentit de "nombre mínim de votants o d'assistents per donar validesa a una decisió"³⁸. Els amos van jugar amb la paraula *quorum* tot manipulant-la i transformant-la al llenguatge del mòbil per tal de fer-la, potser, més moderna i més comercial.



Rètol de *Q.rum barcelona* a la botiga d'Igualada

SINGULAR	MASCULÍ	FEMENÍ	NEUTRE
NOMINATIU	qui	quae	quod
VOCATIU	-	-	-
ACUSATIU	quem	quam	quod
GENITIU	cuius	cuius	cuius
DATIU	cui	cui	cui
ABLATIU	quo	qua	quo
PLURAL			
NOMINATIU	qui	quae	quae
VOCATIU	-	-	-
ACUSATIU	quos	quas	quae
GENITIU	quorum	quarum	quorum
DATIU	quibus	quibus	quibus
ABLATIU	quibus	quibus	quibus

Declinació completa del pronom relatiu *qui quae quod*

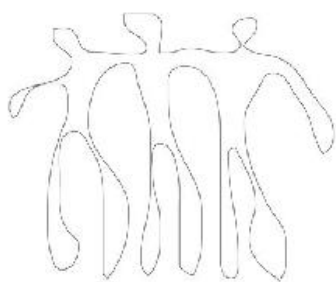
³⁸ Diversos autors. *Llatí-1* Barcelona: Ed. Vicens Vives, 2008. Pàg. 92

NOM	SAPIENS DESIGN
ADREÇA	C/ Del Rec, 15
TEL.	93 805 34 58 / 93 804 34 20
FAX	-
WEB	www.sapiensdesing.com
MAIL	comercial@sapiensdesing.com
ORG. EMPRESARIAL	Empresa d'Igualada
SERVEI/PRODUCTE	Disseny industrial

L'amo de *sapiens design* explica que la seva empresa es va inaugurar entre el 1994 i el 1995 i que va ser ell mateix qui en va triar el nom. Assegura que va pensar que estava relacionat amb la nostra espècie i va afegir que, amb paraules textuais, el llatí "mana". Aquesta empresa sempre ha portat el mateix nom, no obstant també firmen amb un altre. Finalment va afegir que el servei que presta està adreçat a altres empreses.

El mot llatí és *sapiens -ntis*: com a adjectiu significa "intel·ligent, raonable, prudent, savi" i com a substantiu vol dir "savi, filòsof". És cert que s'ha utilitzat la paraula *sapiens* per designar una de les espècies d'humans que ha existit al llarg de la història (*homo sapiens*), la més avançada, tal com el nom fa suposar, per això, l'amo de l'empresa va posar el nom referint-se a *homo sapiens*. I pel que fa a *design* és un substantiu anglès que vol dir "disseny³⁹". Així doncs, el nom vindria a dir quelcom semblant a "disseny intel·ligent".

sapiensdesign



Logotip de *Sapiens design*



Homo sapiens mascle

En conclusió *sapiens design* manté un lligam entre el nom i el producte, ja que dissenyen per a persones intel·ligents, com en el logotip, conformat pel nom i tres figures humanes.

³⁹ Diccionari *Oxford Pocket Català*. Català-Anglès Anglès-Català. Espanya, 2002.

NOM	SIGMA MEDIA SYSTEMS
ADREÇA	Av. Balmes, 94
TEL.	93 804 81 05
FAX	93 803 15 34
WEB	www.habitatigualada.hogaria.com
MAIL	sigmamedia@terra.es
ORG. EMPRESARIAL	Empresa d'Igualada
SERVEI/PRODUCTE	Venda de la pròpia construcció

Sigma media systems és una empresa que es dedica a vendre la seva pròpia construcció. La mestressa actual ja es va trobar l'empresa amb el nom posat, per tant no el va triar ella ni en sap el motiu. No sabia que tingués un origen clàssic ni tampoc quin any es va inaugurar ni si sempre s'ha dit igual o no.

σίγμα ατος (τό) és la divuitena lletra de l'alfabet grec, "la sigma", lletra que equival a la "S" de l'abecedari llatí. *Medius -a -um* és un adjectiu llatí que significa "que es troba enmig, d'enmig, mitjà, central, intermedi". Tal vegada pot referir-se al fet que aquesta empresa fa de "mediadora" entre el constructor i el client. *System* és un substantiu anglès, que vol dir "sistema".

Per tant, el nom de l'empresa *sigma media systems* utilitza mots de tres llengües diferents, combinades de tal manera que li dóna una bona sonoritat. Pel que fa al seu significat, no guarda massa lligam aparent amb el servei de caire econòmic-construïu que té l'empresa.

El logo té relació amb el servei de l'empresa, la construcció d'habitatges, ja que s'hi veuen unes cases.



Logotip de *sigma media systems*

α	β	γ	δ	ε	ζ	η	θ, ϑ	ι	κ	λ	μ	ν	ξ	ο	π	ρ	σ	τ	υ	φ	χ	ψ	ω
A	B	Γ	Δ	E	Z	H	Θ	I	K	Λ	M	N	Ξ	O	Π	P	Σ	T	Υ	Φ	X	Ψ	Ω

Alfabet grec amb la lletra "sigma"

NOM	LA SIRENA
ADREÇA	C/ Sta. Joaquina de la Vedruna, 18-20
TEL.	93 803 94 30
FAX	93 803 94 30
WEB	www.lasirena.es
MAIL	sac@lasirena.es
ORG. EMPRESARIAL	Establiments a Catalunya, Fraga, Segòvia i a la Comunitat de Madrid.
SERVEI/PRODUCTE	Venda de congelats

La Sirena, que consta d'un seguit d'establiments a diferents llocs del territori espanyol, es dedica a la venda de congelats. Va engegar el negoci una família de Terrassa aviat farà trenta anys. Segons un responsable de la botiga que es troba a Igualada, tant els amos com ell mateix tenien consciència que es tracta del nom d'un personatge mitològic. No obstant, no m'ha sabut explicar el motiu exacte de la tria.

Les sirenes⁴⁰, Σειρῆνες amb grec, són uns monstres marins, meitat dona meitat au, i no pas dones-peix com se les representarà posteriorment. Aquests éssers mitològics apareixen per primera vegada a l'Odissea d'Homer i són coneguts pels seus cants. Les sirenes habiten en un illa en algun lloc desconegut del mar Mediterrani. Els navegants que passen a la vora se senten obligats a visitar-les atrets pels seus cants, unes tonades tan màgiques que en sentir-les ningú se'n pot escapar. Només Ulisses ho aconseguí mitjançant la seva astúcia.

Per tant sí que hi ha una connexió entre "les sirenes" i "*La Sirena*" pel fet que la botiga ofereix productes sobre del mar. A més també es pot relacionar l'expressió "cant de les Sirenes" amb el fet d'adreçar-se a *La Sirena* i no poder parar d'acudir-hi, ja sigui pels preus, per la qualitat dels productes, pel tracte rebut...



Logo de *La Sirena*

el logo de l'establiment. La imatge recorda una figura femenina amb una cua de peix. Per altra banda, el color blau és el color del mar.



Imatge de sirena grega

⁴⁰ GRIMAL, Pierre. *Diccionario de mitología griega y romana*. Barcelona, 1983. Pàgs. 483-484

NOM	SPA NATURE
ADREÇA	C/ Capellades, 35
TEL.	93 804 25 57
FAX	-
WEB	-
MAIL	-
ORG. EMPRESARIAL	Centre de bellesa d'Igualada
SERVEI/PRODUCTE	Productes de bellesa, depilacions...

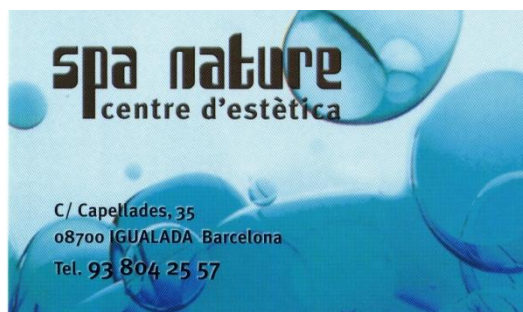
Spa nature és un centre d'estètica i de bellesa d'Igualada. La seva mestressa explica que es va inaugurar el 2005 i que sí que tenia consciència de l'origen del nom que ella mateixa va triar. Diu que va escollir *spa nature* perquè li agrada tot el que té a veure amb l'aigua i la natura.

Hom utilitza el mot *spa*, com la mestressa de l'establiment d'Igualada, com un acrònim de l'expressió llatina *salus per aquam*, és a dir "salut a través de l'aigua". Però aquesta no és l'única explicació al mot *spa*, ja que també hi ha qui l'atribueix al poble belga *Spa*, que era un municipi romà famós pels seus banys. *Nature* és una paraula anglesa que significa "natura". Evidentment també prové del llatí *natura - ae*.



Façana de *spa nature* a Igualada

Tant el disseny del logo, com el nom o el servei que s'hi ofereix estan directament relacionats amb l'aigua.



Targeta de *SPA nature*

NOM	STELLA
ADREÇA	C/ Alemanya, 33 (Pol. Ind. Les Comes)
TEL.	93 804 93 67
FAX	938 046 968
WEB	www.stellasl.es
MAIL	stella@stellasl.es
ORG. EMPRESARIAL	Empresa d'Igualada
SERVEI/PRODUCTE	Distribuïdor oficial a Espanya i a Andorra de material escolar i regals

Stella artículos en exclusivas, es va crear el 2003. Segons el secretari de l'empresa el nom el va triar l'amo, perquè el seu pare tenia una barca amb aquest nom: *Stella*. És a dir, que ni el secretari ni l'amo de l'empresa no havien caigut que es tractés d'un nom llatí, ja que el motiu de l'elecció va ser personal. Els productes van destinats a nens i nenes de 3 a 14 anys.

Encara que no ho sabessin, *stella* té un origen llatí: *stella -ae* f. vol dir "estel, estrella". Podria ésser que el pare de l'amo hagués posat *stella* a la seva barca perquè sí que sabia que volia dir "estel", o no. No ho he pogut esbrinar ja que es tracta d'un tema d'àmbit particular.



Rètol de *Stella* al Polígon Industrial Les Comes d'Igualada



Logotip de *Stella* en què un insecte deixa un rastre d'estels

NOM	ULISSES
ADREÇA	C/ Òdena, 39
TEL.	93 510 79 24
FAX	-
WEB	-
MAIL	ulissesllibreria@hotmail.com
ORG. EMPRESARIAL	Cafè-llibreria de viatges d'Igualada
SERVEI/PRODUCTE	Libres de viatges, lectures de segona mà i cafeteria

Ulisses es va inaugurar a Igualada el 2008 amb la voluntat de crear un espai on la gent pogués anar per informar-se sobre viatges, tot fent un cafè, un te, un entrepà... A més, també ofereix l'opció de llegir llibres de segona mà d'altres temes, com si d'una biblioteca es tractés. El nom va ser escollit pels amos expressament; van pensar que el nom d'*Ulisses* era símbol d'aventures i que a més és prou conegut com perquè la gent el relacionés amb els viatges. *Ulisses* està adreçat a tothom, però especialment a "viatgers no fumadors", segons la mestressa del negoci.

Ulisses (Ὀδυσσεύς) fou rei d'Ítaca, espòs de Penèlope i pare de Telèmac. Participa a la guerra de Troia i és el protagonista de l'Odissea. És conegut mundialment pels seus viatges en el retorn cap a casa on l'esperaven la dona i el fill. Va tardar uns vint anys a tornar: els deu anys que va durar la guerra i els deu que va passar pel mar. Quan hom parla d'Ulisses, es fa referència a les aventures que va viure i els llocs exòtics que va visitar

durant el seu viatge de retorn a Ítaca⁴¹.

Tant el nom com el logotip (vaixell d'Ulisses) tenen a veure amb el servei que la cafeteria-llibreria ofereix. En el centre de la



Façana d'*Ulisses* a Igualada

porta d'entrada també s'hi pot observar la nau, símbol de l'activitat viatgera.

Hi ha tot un món per descobrir, a la teva manera. La vida és un recull de moments únics i de sensacions extraordinàries. Hi ha algú esperant per compartir-los amb tu.



Ulisses

C/Òdena,39
08700 IGUALADA
93 510 79 24
ulissesllibreria@hotmail.com

Punt de llibre i logo d'*Ulisses*

⁴¹ Diccionari de l'Enciclopèdia. *Diccionari de Mitologia Clàssica*. Pàgs. 272-280 GRIMAL, Pierre. *Diccionario de mitologia griega y romana*. Barcelona, 1983. Pàgs. 527-534

NOM	VALEO
ADREÇA	Casa particular
TEL.	93 805 07 17 - +33 140 55 20 20
FAX	-
WEB	www.valeo.com
MAIL	-
ORG. EMPRESARIAL	Franquícia. Empresa a nivell europeu
SERVEI/PRODUCTE	Fabricants i components d'automòbils

El delegat de zona d'aquest negoci sap ben poca cosa sobre l'origen del nom de l'empresa per la qual treballa. No va saber dir qui va triar-lo ni perquè, només sap que *valeo* es va inaugurar el 1923 i que no sempre s'ha dit igual ja que s'han anat fusionant diferents empreses. Ofereix un servei adreçat a majoristes.

Valeo -ui en llatí significa "ésser fort, sa, vigorós, robust". Així doncs, l'empresa *valeo* devia triar el nom tenint en compte el significat, ja que suggereix solvència i bones prestacions. A l'Antiga Roma una manera molt freqüent de saludar-se era, "si tu vales, ego valeo", que vol dir "si tu estàs bé, joestic bé". Tal vegada els amos de l'empresa van adoptar el nom per la fama d'aquesta dita.



Logotip de *Valeo*

A més, en el logo, s'hi veu una forma que sembla un senyal d'aprovació i que també suggereix que el seu treball és "correcte, ben fet, perfecte".

6. Influència parcial o indirecta de les llengües clàssiques en els noms d'establiments i negocis d'Igualada

Aquest apartat intenta recollir el nom de tots aquells establiments o empreses amb seu a Igualada que contenen una arrel grecollatina però que funciona de manera composta amb altres arrels o bé presenta una influència indirecta. Així doncs, no he dedicat tota una fitxa sencera per a cada cas, sinó que els he ajuntat per arrels. He dedicat a cada ètim un breu comentari reflexionant sobre el significat de l'arrel grecollatina i la connexió entre l'origen etimològic i el servei que ofereix l'establiment o l'empresa. En la majoria de casos coincideix el significat amb la funció i és precisament aquest un dels aspectes que em proposava demostrar amb aquest treball.

A continuació, doncs, apareixen ordenades alfabèticament aquestes arrels d'origen grec o llatí que actuen en composició o que presenten aquesta influència indirecta i les empreses que les utilitzen. També hi explico l'etimologia, és a dir, quin és el mot del qual provenen, el sentit original que tenia i la relació amb el servei que aquests negocis o empreses ofereixen.

ARREL i ETIMOLOGIA	SIGNIFICAT	EMPRESES d'IGUALADA
AGRO (ager agri)	"camp"	<ul style="list-style-type: none"> • AGRO IGUALADA • AGROXARXA
Les dues empreses estan relacionades amb la pagesia i per tant amb el treball al camp.		
ARBOR (arbor arboris)	"arbre"	<ul style="list-style-type: none"> • ARBORIST • SERVICIOS DE ARBORICULTURA
Arboricultura significa "Conreu dels vegetals llenyosos, especialment per a la seva multiplicació i aprofitament", per tant, es manté aquesta relació de significat-servei.		
ATENEU (Ἐθνηνα ἄς η)	"Atena"	<ul style="list-style-type: none"> • ATENEO PORVENIR • ATENEU IGUALADÍ • EL CAFÈ DE L'ATENEO • ESCOLES ATENEU IGUALADÍ • TEATRE ATENEU
En el món antic Atena era la deessa de la saviesa, de la intel·ligència i de la guerra. Els <i>ateneus</i> han pres el nom de la dea per mostrar la relació amb l'aspecte cultural i intel·lectual.		
ATLAS / ATLANTIC (Ἐ Ατλας -αντος ὀ)	"Atlas o Atlant"	<ul style="list-style-type: none"> • ATLANTIC DEVICES
La companyia, que es dedica a la distribució d'elements del món de la informàtica, devia escollir el nom referint-se a l'Oceà Atlàntic, oferint així una visió més àmplia del seu mercat.		
AU / AUDI (audio)	"sentir, escoltar"	<ul style="list-style-type: none"> • AUVISA ANOIA • OPTI-AUDI ANOIA
<i>Auvisa</i> es dedica a la venda d'instruments musicals i <i>Opti-Audi</i> a la venda d'instruments òptics i per a la sordesa, com també de mèdics, ortopèdics i		

fotogràfics.

AURIA (aureus -a -um)	"d'or, auri"	<ul style="list-style-type: none"> • FUNDACIÓ PRIVADA ÀURIA • GUSTAURIA • TALLER ÀURIA
---------------------------------	--------------	---

Totes formen part del grup APINAS. Van néixer amb la voluntat d'ajudar a infants i adolescents amb disminucions psíquiques. Amb el nom volen reflectir la grandesa i l'alt valor (com el de l'or) del seu treball.

AUTO (αὐτός ή όν)	"el mateix"	<ul style="list-style-type: none"> • AUTO ANOIA • AUTO ELECTRICITAT BRUCH • AUTO ESCOLES TORT ESPINAL • AUTO M. FLOTATS • AUTO NUOVO • AUTO REPARACIÓ CATALUNYA • AUTO SPORT IGUALADA • AUTO SUMINISTROS VIC • AUTO-BOMBA • AUTOCHISPA • AUTOMOTO JOGUINES • AUTO-SELEC IMPORT • ELECTRAUTO VIVES • INTERAUTO IGUALADA • MICROAUTO VSP • PINTURAUTO • SARAUTO • SEUBA AUTOSPORT
-----------------------------	-------------	---

Amb l'ús de l'arrel *auto* molts volen expressar que duen a terme el servei per ells mateixos, possiblement siguin autònoms. Altres utilitzen el mot *auto* per fer referència als cotxes, ja que el prefix *auto-* s'ha introduït a la nostra llengua amb aquest sentit (automòbil > auto + moveo = "que es mou per si sol").

BIO (βίος ου ό)	"vida"	<ul style="list-style-type: none"> • BIODERIVADOS PROTEICOS • BIOPROM 2002
---------------------------	--------	--

La primera empresa es dedica al tractament de residus orgànics per obtenir productes industrials, la segona està relacionada amb la construcció de béns immobles. Tant l'una com l'altra no mantenen massa relació amb el mot *vida*.

DECO / DECOR (decor decoris)	"bellesa, gràcia"	<ul style="list-style-type: none"> • DECO ARTS • DECORAMA • DECOSISTEM • PLACK DECOR ANOIA
--	-------------------	--

Trobem una gran varietat pel que fa als serveis relacionats amb la paraula *deco*: galeria d'art, regals, agents comercials i fabricants de guix. Tots volen transmetre d'alguna manera la idea de "bellesa, gràcia". En el cas de *Deco Arts* i *Decorama* la relació de sentit amb el mot llatí és evident.

DINO (δεινός ή όν)	"terrible, extraordinari"	<ul style="list-style-type: none"> • DINO
------------------------------	------------------------------	--

És un establiment dedicat al tracte amb animals. És possible que *Dino* estigui influït pel mot "dinsaure", però és que "dinsaure" ve de δεινός i significa "llangardaix terrible".

ELECTRA / ELECTRO (ήλεκτρον ου τό)	"ambre" (d'aquest mot en deriva el terme "electricitat")	<ul style="list-style-type: none"> • ELECTRA SUAREZ-HMNOS • ELECTRAUTO VIVES • ELECTRO CALBET • ELECTRO STOCKS ANOIA • ELECTROISO
--	--	--

Aquestes empreses mantenen un lligam amb l'electricitat, ja sigui, per exemple, amb grups electrògens o amb instal·lacions elèctriques.

EXPO (expono)	"treure fora, exposar"	<ul style="list-style-type: none"> EXPO ANOIA EXPOMOBI
A <i>Expo Anoia</i> es dediquen als productes de la construcció mentre que a <i>Expomobi</i> ofereixen (o exposen) al públic una àmplia gamma de mobles.		
FOTO (φῶς φωτός τό)	"llum"	<ul style="list-style-type: none"> FOTOPRIX
L'establiment està dedicat a la fotografia i la fotografia està relacionada amb la llum. El mot "fotografia" prové d'aquesta arrel grega i significa "gravat mitjançant la llum".		
FRI / TERM (frigidus -a -um + θερμός ά όν)	"fred" + "calent"	<ul style="list-style-type: none"> FRITERM
L'empresa es dedica a la instal·lació de calefaccions i molt probablement també a aparells de refrigeració. Així doncs, amb el nom dona a conèixer els seus serveis.		
GEO (γῆ γῆς ή)	"terra"	<ul style="list-style-type: none"> GEOCASA IMMOBILIARIA GEOPROJECTES
El seu servei té a veure amb la terra: serveis immobiliaris i geotècnics.		
GRAF (γράφω)	"escriure, dibuixar"	<ul style="list-style-type: none"> ART GRAF UNIGRAF ANOIA
Tant una empresa com l'altra es dediquen al món de la publicitat, ja sigui dibuixant logotips o rètols, o escrivint eslògans.		
HIDRA (ἕδωρ ἕδατος τό)	"aigua"	<ul style="list-style-type: none"> HIDRAMAR NATURA
Aquest establiment no està ben bé relacionat amb el mar o amb l'aigua ja que tracta temes de cosmètica natural, espelmes, olis, moda...		
HIPER (ὑπέρ)	"sobre, per sobre"	<ul style="list-style-type: none"> HIPER MOBLE AVENIDA HIPERCOR
Tots els comerços que s'anomenen <i>hiper</i> volen reflectir la seva grandesa, ja sigui física (el centre ocupa una gran extensió) o econòmica (gran capital).		
HISPANO (Hispania -ae)	"Hispania" (Península Ibèrica)	<ul style="list-style-type: none"> LA HISPANO IGUALADINA
Una de les empreses de transport més coneguda a l'Anoia és la <i>Hispano Igualadina</i> . Amb aquest nom possiblement es vulgui remarcar que és una empresa espanyola o que pot fer llargs viatges arreu d'Hispania (Espanya).		
IBER / IBERIC / IBERICA (Ιβηρία ας ή)	"Ibèria" (Península Ibèrica)	<ul style="list-style-type: none"> AIXAM MEGA IBERICA BAR FRANKFURT IBERIC EDITORIAL PRENSA IBERICA EXPERT VPS IBERICA IBERCAJA IBERICA DE PAPEL RESMAR IBERICA SOCIEDAD DE PREVENCIÓN DE IBERMUTUAMUR
L'adjectiu "ibèric" remarca la procedència o el destí del servei que s'ofereix: la Península Ibèrica.		
INOX (in+ όξύς -εία -ύ)	"no" + "àcid, òxid"	<ul style="list-style-type: none"> ACERINOX FABINOX INOXFIL MOBILIARI CUINOX PROINOX
Totes elles mantenen relació amb l'acer inoxidable.		
INTER (inter)	"entre"	<ul style="list-style-type: none"> BALMES INTERMOTOR EDICIONS INTERCOMARCALS INTERAUTO IGUALADA

		<ul style="list-style-type: none"> • INTERCITY PONT • INTERCOMARQUES • INTERFINQUES IGUALADA • INTERKET • INTERMOBLE • INTERSPORT DRAC SPORT • INTERVIANDE • KIBUC-INTERMOBLE • TRANSPORTES • INTERCOMUNITARIOS • SANCHEZ
--	--	--

Esdevé un cas similar al d'*auto*. És un prefix tan recurrent que moltes vegades ja no s'utilitza per a denominar "entre" sinó que sovint ha adquirit un valor d'extensió o de relació entre àmbits o zones diferents.

IRIS (ἴρις ἱριδος ἦ)	"arc de Sant Martí"	<ul style="list-style-type: none"> • ARCO IRIS
--------------------------------	---------------------	---

Es tracta d'una botiga de roba de dona juvenil i complements.

MEDIUS -A -UM	"mig, central"	<ul style="list-style-type: none"> • DUPLEX MEDIA • ROSEBUD FILMS PUBLIMEDIA • TRACK DIGIMEDIA
----------------------	----------------	---

La primera és una empresa especialitzada en la producció de materials publicitaris. La segona és una agència de publicitat. El servei que ofereix la tercera empresa està relacionat amb el món de les tècniques audiovisuals, el so i la il·luminació. Tal vegada s'ha relacionat el servei amb el mot "medi", com és ara "medi de comunicació".

MEGA (μέγας μεγάλη μέγα)	"gran"	<ul style="list-style-type: none"> • AIXAM MEGA IBERICA • MEGACONFORT • MEGA-FONTELEC
------------------------------------	--------	--

És un altre cas d'un prefix força utilitzat. Amb ell es vol remarcar la grandiositat del producte o bé del servei, ja sigui per qüestió de mida o de qualitat.

MICRO (μικρός ἄ όν)	"petit"	<ul style="list-style-type: none"> • MICROAUTO VSP
-------------------------------	---------	---

Compravenda, importació d'automòbils de petites dimensions.

MULTI (multus -a -um)	"molt"	<ul style="list-style-type: none"> • MODAS MULTIMARCA DAK • MULTI DENT • MULTIMPRESSIÓ
--	--------	---

El que tenen en comú aquestes empreses o establiments és que del seu producte en tenen o en poden oferir de més d'un tipus.

MUNDI (mundus -i)	"món"	<ul style="list-style-type: none"> • MUNDICUIR o MUNDISKIN
--------------------------------------	-------	---

A *Mundicuir* es dediquen a tractar la pell i a més és una empresa a nivell mundial.

NATUR / NATURA (natura -ae)	"natura"	<ul style="list-style-type: none"> • HIDRAMAR NATURA • NATURLAMB • NATURNET
--	----------	--

A *Naturlamb* combinen els productes naturals amb la pell i *Naturnet* es dedica a la neteja especialitzada per a empreses de tots els àmbits. *Hidramar Natura*, que ja he comentat, ofereix productes i serveis de cosmètica i de salut mitjançant l'ús de teràpies naturals.

OPTI / OPTIC (ὀπτικός ἦ όν)	"òptic"	<ul style="list-style-type: none"> • OPTI-AUDI ANOIA • TRIOPTIC
---------------------------------------	---------	---

Com ja s'ha comentat anteriorment, l'establiment es dedica a la venda d'instruments òptics i per a la sordesa, com també instruments mèdics, ortopèdics i fotogràfics. *Trioptic* és una òptica.

PLUS (plus)	"més"	<ul style="list-style-type: none"> • APPLUS ITV • LINE PLUS
--------------------------------	-------	---

		<ul style="list-style-type: none"> • ORION PLUSULTRA • PROMO PERFECT PLUS
	L'ètim llatí <i>plus</i> aplicat a una empresa o comerç vol suggerir la idea de ser "més" que algun altre, o de tenir alguna cosa més a oferir.	
POLI (πολύς πολλή πολύ)	"molt"	<ul style="list-style-type: none"> • POLICLÍNICA IGUALADA
	La clínica ofereix més d'un servei o el que és el mateix "molts" serveis sanitaris.	
PRO (pro)	"davant, a favor de"	<ul style="list-style-type: none"> • PROELEK • PROINOX
	Proelek és una empresa instal·ladora pionera en el món del disseny i de l'enginyeria. Segurament van optar per posar <i>pro</i> ja que l'empresa va "davant de" les altres. <i>Proinox</i> es dedica al tema de l'acer inoxidable.	
PROMO (promo)	"mostrar, exhibir, exposar"	<ul style="list-style-type: none"> • FBEX PROMO INMOBILIARIA • PROMO PERFECT PLUS
	L'una té a veure amb temes econòmics (pagar totes les despeses relacionades amb béns immobiliaris en un sol rebut) i l'altra tracta sobre el món del tèxtil.	
PUBLI (publicus -a - um)	"públic, universal"	<ul style="list-style-type: none"> • ROSEBUD FILMS PUBLIMEDIA
	Com ja s'ha comentat anteriorment, es tracta d'una agència de publicitat. Així doncs, la seva feina té una destinació "pública o universal".	
SERVI (servio)	"servir, estar al servei"	<ul style="list-style-type: none"> • SERVI-CAMP • SERVIFRUIT • SERVIMATICA
	En els tres casos es juga amb el servei que ofereixen i amb la paraula "servi": <i>Servicamp</i> és de tema agrícola, <i>Servifruit</i> pertany al sector de la fruita i <i>Servimàtica</i> al de la informàtica.	
SONI (sono)	"sonar, ressonar"	<ul style="list-style-type: none"> • SONIDIAL
	És una empresa igualadina relacionada amb el so. Construeix i repara aparells receptors / reproductors de so. És evident, doncs, la relació entre el nom i el servei que presta.	
STEL (stella -ae)	"estel, estrella"	<ul style="list-style-type: none"> • PERFUMERIA STEL
	Podria ésser que la mestressa d'aquesta perfumeria es digués Estel, però tot i així el nom està llatinitzat. Una altra opció és que hi hagués la simple voluntat d'anomenar "Stel" a la perfumeria, és a dir, "estrella".	
SUPER (super)	"sobre, més"	<ul style="list-style-type: none"> • SUPERKIT • SUPERMERCADO SUPER MAS
	A <i>Superkit</i> s'ofereixen tota mena de kits per muntar mobles. Un "supermercat" és, etimològicament parlant, més que un mercat.	
TECNI / TECNO (τέχνη ης ή)	"art, tècnica"	<ul style="list-style-type: none"> • TECNI-POU • TECNO PISCINES CATALUNYA • TECNOCOLOR TT TELECOM. • TECNOS
	Tots estan relacionats amb un "art" o amb un "tècnica", ja sigui la tecnologia pròpiament dita, les telecomunicacions o altres àmbits.	
TRANS (trans)	"a l'altra banda, a través"	<ul style="list-style-type: none"> • SERITRANSFER • TRANS DIEMA TRANSPORTS • TRANS VISA EXPRES • TRANSPORTES INTERCOMUNITARIOS SANCHEZ • TRANS-SUBLIPUNT
	<i>Trans</i> és una arrel llatina que també forma part d'aquells prefixos amb un alt grau	

d'utilització a la vida diària. És usada sobretot en el món del transport.

TRI "tres" • TRIOPTIC
(tres tria)

Com ja ha estat comentat, es tracta d'una òptica, però resulta que és una cadena de "tres" òptiques on s'ofereix un molt bon tracte.

ULTRA "més enllà, a l'altra" • ORION PLUSULTRA
(ultra) banda" • ULTRAMAGIC

A *Orion Plusultra* es dediquen als serveis empresarials, mentre que *Ultramagic* és una fàbrica i una companyia de globus aerostàtics. El seu nom suggereix un viatge més enllà de l'imaginable.

UNI "un, un de sol" • UNIGRAF ANOIA
(unus -a -um) • UNIPOST

Segurament van decidir posar-se aquests noms ja que *Unigraf* està especialitzada en un sol tipus de servei i *Unipost* es dedica exclusivament a la correspondència empresarial.

UTOPIC "no" + "lloc" (mot • UTOPIC
(οὐ + τόπος ου
δ) encunyat per Plató)

Utopic és un bar d'Igualada. Transmet la idea d'un lloc ideal.

VETER "veterinari" • VETER CENTRE
(veterinarius -a
-um)

El nom ja dona a entendre clarament que es tracta d'un centre veterinari.

VISA "veure" • AUVISA ANOIA
(video)

Com ja s'ha comentat abans, es tracta d'una botiga d'instruments musicals. Així doncs, per la música tant important és el sentit auditiu com el visual.

VITAL "de la vida, vital" • VITAL DENT
(vitalis -e) • VITAL SANA

L'un és un centre odontològic i l'altre un centre de dietètica, fitoteràpia, etc. Són noms relacionats amb el concepte de "vida".

7.Mots descartats

A mesura que anava avançant amb el tema de la recerca, em vaig adonar que alguns dels noms que en un principi havia inclòs a la llista per ser analitzats van resultar falses sensacions. És a dir, noms que jo em pensava que eren d'origen grec o llatí i que en realitat no tenien res a veure amb la influència clàssica o que marxaven de la classificació per algun altre motiu. Crec convenient dedicar un petit apartat a alguns d'aquests casos que he acabat descartant del meu estudi per no ajustar-se als límits que m'havia plantejat.

- **Karisma** En un principi creia que es tractava d'un nom grec, però quan vaig anar a visitar la botiga de cortines, llençols i productes per la llar, em van informar que no era cert. Resulta que la propietària de l'establiment és d'origen marroquí i casada amb un espanyol. Com que els seus dos fills es diuen *Karim* i *Ismael*, el rètol de la botiga va sorgir d'ajuntar el nom dels seus dos fills, Karim i Isma donant com a resultat *Karisma*. D'aquesta manera em vaig trobar amb la primera falsa etimologia, ja que tot i assemblar-se molt a la paraula grega χάρισμα (gràcia) el seu origen era un altre.
- **Alex Julien Servei d'Assessoria** En un primer moment vaig consultar les *páginas amarillas* tal i com ja he comentat anteriorment. Doncs resulta que tant a la guia telefònica com en els buscadors d'Internet vaig trobar "Lex Julien Servei d'Assessoria". Així doncs, com que es tracta d'una assessoria fiscal i això està relacionat amb la justícia i en llatí LEX LEGIS vol dir "llei", jo estava ben segura que anava pel bon camí. Un cop a Igualada i davant del timbre del despatx d'aquesta empresa, em vaig adonar pel rètol que el nom en realitat era "Alex Julien Servei d'Assessoria". De seguida vaig entendre que es tractava d'un error i no vaig entrar a preguntar res ja que l'equivocació era evident. A més era molt lògic que el nom de l'empresa dugués el nom del suposat amo.
- **Motos Julius** Fins a l'últim moment vaig estar dubtant si elaborar o no una fitxa per a aquesta empresa relacionada amb les motos. El nom *Julius* és completament llatí però, quan vaig anar al taller mecànic, la mestressa em va explicar que el taller portava aquest nom perquè el seu marit es deia així i per cap raó més. Llavors jo li vaig comentar que *Julius* és la forma llatina del nom *Juli* (en castellà *Julio*), però la senyora assegurava que *Julius* era un nom del tot català. Ves què hi farem! Davant d'aquesta situació vaig optar per seguir la voluntat dels amos i no incloure *Motos Julius* a l'apartat

de noms clàssics. No obstant, trobo que com a mínim calia comentar un cas tan curiós en aquesta secció.



Logotip de Motos Julius a Igualada.

- **Mapamundi Produccions** Tot i que al final vaig poder contactar amb aquesta empresa que es dedica a l'organització de fires i festes de tot tipus i que té un nom també d'origen llatí, resulta que la seu de l'empresa està situada a la població d'Òdena, al costat d'Igualada. Però com que ja en tenia tota la informació i el nom és un clar exemple de la utilització de mots grecs o llatins en el nom de negocis anoiencs, em sabia greu no esmentar-lo enlloc.



Logotip de Mapamundi.

- **Mutuam** És una mútua que dóna ajuts a pensionistes que hagin treballat a la indústria tèxtil. Doncs bé *mutuus* *-a -um* existeix en llatí i significa "prestat, manllevat". No obstant, aquesta terminació en *-am* em feia dubtar de si es tractava o no d'un mot d'origen llatí. Hagués pogut tractar-se d'un acusatiu singular de la primera declinació. Vaig contactar amb la mútua i la secretària molt amablement em va explicar el servei que duïen a terme. També va dir-me que feia molt de temps que s'havia creat aquesta mútua per ajudar a extreballadors tèxtils arreu del país i que em seria molt difícil

esbrinar l'origen exacte del nom ja que el fundador ja feia temps que havia mort. Llavors vaig pensar que comentar aquest cas a part de les fitxes ja seria suficient.

- Altres noms els he descartat perquè, tot i que presentaven un origen grec o llatí, eren paraules o bé ja integrades al català i que per tant formaven part del seu patrimoni o bé perquè estaven ja una mica allunyades del seu sentit etimològic. He descartat per motius com aquests els noms d'empreses com *ECLIPSI PRODUCCIONS*, *CICLES ANOIA* o bé *GIMNÀS DINÀMIC SPORT* entre altres.

8.Noms d'origen clàssic en negocis que han tancat darrerament

A Igualada s'hi troben, a més de tots els establiments i empreses que ja he comentat, alguns negocis més el nom dels quals és d'origen clàssic. Entre aquests n'hi ha cinc que no he pogut estudiar perquè a hores d'ara ja han tancat les portes perquè han plegat o bé perquè s'han traslladat a un altre indret. Són els següents: *Aqualata Tours*, *Doron*, *Lacetania Habitat*, *Radix Natura* i *Atlantis Seguros*. Però, ¿com em vaig assabentar que els locals que buscava ja no existien? Doncs quan, fent el treball de camp, arribava a l'adreça, em trobava el cartell de "local en venda". Perquè un dels problemes dels buscadors és que no sempre tenen les dades ben actualitzades. Així doncs, d'aquests cinc establiments només en comentaré el sentit etimològic.

- ***Aqualata Tours*** Es tractava d'una agència de viatges amb el nom llatí de la ciutat.
- ***Doron*** Era una botiga de souvenirs, de decoració... una mica de tot. Doncs bé, δῶρον ου τό és un mot grec que significa "regal".
- ***Lacetania habitat*** Fou una immobiliària del Bages afincada també a Igualada que presentava el llatí *habitat* derivat del verb llatí *habito* ("habitar", "viure").
- ***Radix Natura*** Va ser un centre de dietètica. A més de la paraula "natura", *radix -icis* vol dir "arrel" en llatí. Per tant, els dos mots estan relacionats amb els productes naturals i la dietètica.
- ***Atlantis seguros*** Com en altres casos ja comentats aquesta companyia d'assegurances havia adoptat el nom d'un conegut personatge mitològic: *Atlant* o *Atlas*. Em van informar que s'havia traslladat a Manresa.

9.Noms d'origen clàssic en altres comerços igualadins

Aquests comerços presenten també el nom d'origen clàssic, però per motius diversos (en la major part dels casos perquè no m'han facilitat la informació que els demanava), m'ha resultat impossible de fer-ne una anàlisi detallada. A continuació reflexionaré com a mínim sobre l'etimologia dels seus noms. Són els següents: *Aqua-styl*, *Cartiberia*, *Coliseum*, *Habitat Igualada*, *Interessa Millenium*, *Sigma Lambda*, *Remax Habitat*, *Gestió Immobiliària Omicron*, *Vincit* i *Aqualata Mèdics*.

- ***Aqua-styl*** Empresa dedicada al tractament d'aigua. *Aqua -ae* vol dir "aigua" en llatí. *Styl* és un anglicisme.
- ***Cartiberia*** Com ja s'ha comentat en altres casos, aquesta empresa fabricadora de cartrons ha agafat per nom Ἰβηρία ας ἡ mot grec que vol dir "Ibèria" (en referència a la Península Ibèrica).
- ***Coliseum*** Dedicat a la fabricació del gènere del punt. L'adjectiu fa referència a quelcom gran pel que a la dimensió o a la seva importància. El Colisseu o Colosseu més conegut és l'amfiteatre de Roma construït en època de la dinastia flàvia. En català és de la mateixa arrel l'adjectiu "colossal".
- ***Habitat Igualada*** Una altra immobiliària amb un nom derivat del verb llatí *habito* ("habitar, viure").
- ***Interessa Millenium*** Enginyers d'obra pública l'empresa dels quals porta un nom llatí que significa "mil·lenni" ("mil anys").
- ***Sigma Lambda*** Servei de formació i d'assessorament d'equips humans. Un altre exemple de la utilització del nom de lletres de l'alfabet grec. En aquest cas el nom compost està format per σίγμα (la "s" grega) i λάμβδα (la "l" de l'alfabet grec).
- ***Remax Habitat*** Agència immobiliària. Presenta la mateixa etimologia que altres que ja he comentat.
- ***Gestió Immobiliària Omicron*** Agència immobiliària que porta el nom de la lletra "o" de l'alfabet grec (ὀμικρον).
- ***Vincit*** Fabricants del gènere de punt. La forma *vincit* correspon a la 3a persona del singular del present d'indicatiu del verb *vinco*, que vol dir "guanyar, vèncer".
- ***Aqualata Mèdics*** Una empresa on s'ofereixen serveis de psicologia. Porta el nom llatí de la ciutat.

10. Conclusions

Com bé ja he escrit a la introducció, el que volia aconseguir en finalitzar el treball era aportar proves que el grec, el llatí i la cultura grecoromana en general estan perfectament integrats en el món de la publicitat. Penso que he acomplert aquest objectiu ja que he demostrat la vasta influència que exerceixen en el món publicitari. I també penso que he demostrat la incidència d'aquestes llengües antigues juntament amb els aspectes culturals que aporten, en els noms i rètols amb què se sol batejar els comerços, les botigues, els negocis o les empreses. Des de l'anàlisi d'aquest aspecte concret la gent es pot conscienciar perfectament de la magnitud que aquesta influència presenta. Que en un espai geogràfic tan reduït com Igualada es puguin trobar tantes mostres del que jo buscava, significa que les antigues llengües grega i llatina no estan tan mortes com se sol creure. Així ho demostra aquest treball, si més no en el camp del màrqueting i de la publicitat. Abans de començar el treball ja era conscient que hi havia una certa influència, però no em pensava que fos tan profunda ni freqüent. Justament per això defenso més que mai la importància de l'estudi de les humanitats i sobretot del grec i del llatí, i crec que llegir aquest treball és una manera més o menys divertida i entretinguda d'entendre la magna importància d'aquestes llengües.

Repassem, doncs, el cas d'Igualada. En aquest treball apareixen uns 180 noms d'empreses i comerços igualadins que presenten un origen clàssic. Si es té en compte que la població és de 38.164 habitants i l'extensió del terme municipal és de 8,1 Km², el nombre total de negocis que en el seu nom tenen un origen clàssic suposa una xifra digna d'estudi. I precisament aquest fet és el que demostra la hipòtesi sobre la qual vaig iniciar la recerca. També cal recordar que es tracta d'establiments que persegueixen una finalitat lucrativa. Amb això vull dir que, com que la seva principal funció és atraure clients per obtenir un benefici econòmic, el nom hi juga un paper molt important. Un nom, penso jo, ha de ser, entre altres característiques, cridaner, fàcil de recordar... Amb l'ús de noms d'origen clàssic, els botiguers i els empresaris aconseguen això i molt més. Un nom llatí, per exemple, no és ni català ni castellà, però resulta familiar a tothom, i amb això els propietaris ja s'estalvien alguns problemes d'identitat sociopolítica de la clientela. També es tracta de noms amb una validesa lingüística internacional. Actualment estem vivint molt de prop el fenomen de la immigració: nouvinguts procedents de regions on es parlin llengües romàniques o que en tinguin un mínim coneixement (francès, italià, portuguès o sobretot romanès ...) ho poden tenir més fàcil a l'hora de reconèixer el servei d'una botiga a partir d'un nom llatí. Moltes vegades els noms han estat imposats purament per qüestions de sonoritat i a vegades els amos

tenen consciència de l'origen del nom però altres no. A més amb una sola paraula es condensa tot un camp semàntic (consciència), com és el cas de *Doron* que significa "regal" (en grec) i que s'aplicà, per tant, a una botiga que venia objectes decoratius i souvenirs. Es repeteix en més d'una ocasió la denominació llatina de la ciutat. M'he trobat amb persones que volien que el seu negoci portés el nom de la ciutat, però que fos un nom un pèl especial i és per això que en comptes d'anomenar el seu negoci *Igualada*, van optar per *Aqualata*. El nom d'un establiment públic acostuma a buscar una certa originalitat, distingir-se de la resta ... Per això m'he trobat amb uns quants casos en què, en preguntar-los el motiu pel qual havien escollit un nom d'origen clàssic, em responien que volien defugir noms massa quotidians o repetits. Hi ha també qui ha aprofitat els seus coneixements en llengües clàssiques per triar un nom adequat per al seu negoci. És el cas de l'establiment de medicina natural *Fito-Natura*. En altres ocasions simplement s'ha afegit una terminació amb ressonància llatina a una paraula, com és el cas de la botiga de pernil *Ibericus*. També m'he trobat amb qui em comentava que un nom així dotava l'establiment o l'empresa de distinció, de seriositat i d'un cert respecte. Fins i tot m'han arribat a comentar literalment que "el llatí mana". En definitiva, els motius poden resultar ben diversos segons el gust de cada amo i és que, com que en el fet d'escollir un nom la subjectivitat hi juga un paper molt important, els noms d'origen grecollatí a Igualada demostren que encara es conserva a nivell social un cert respecte i coneixement sobre les llengües i la cultura clàssiques.

Així doncs, que el grec i el llatí tenen una gran incidència en la publicitat ha quedat prou demostrat. Per suposat que en aquest fet hi juga un paper molt important la influència que el nostre lèxic rep encara ara d'aquestes llengües. Constantment estan entrant paraules noves a la llengua catalana (neologismes) moltes de les quals provenen de l'anglès. Però bon nombre d'elles procedeixen també del grec o del llatí. I és que no només en el món de la publicitat s'utilitzen mots clàssics, sinó també en molts altres àmbits. És molt important l'ús que se'n fa en l'àmbit de la ciència, ja sigui en els noms dels medicaments o en les denominacions de les malalties, en el món tècnic i professional o en els noms científics relacionats amb la biologia, amb la meteorologia, etc. A més el llatí històricament també ha estat la llengua oficial de l'església catòlica i molts termes religiosos procedeixen del grec i del llatí, i encara se'n creen de nous. L'origen del nom de conceptes tan quotidians com els dies de la setmana o els mesos de l'any també rau en la cultura romana. Que aquestes dues llengües s'estudiïn als instituts o a les universitats assegura a la societat el coneixement d'aquesta influència clàssica en la nostra llengua i en els nostres costums.

El lector d'aquest treball pot pensar que molts dels noms que hi apareixen li resulten familiars. Per què passa això? Doncs perquè la gent té un coneixement inconscient i involuntari de les llengües i de la cultura clàssiques, i això és degut al fet que el català mateix com també el castellà deriven directament del llatí. A més a més, els catalans tenim la gran sort que només pel simple fet de ser de Catalunya ja del néixer parlem dues llengües, totes dues romàniques. Això ens dona un enriquiment a nivell gramatical, fonètic i lèxic que hem de saber valorar. El coneixement del llatí ens ajuda a relacionar dues llengües que parteixen d'uns mateixos fonaments.

Tot seguit m'agradaria resumir el contingut de les fitxes per tal d'exposar on m'ha portat la meua recerca i quina és la demostració de les hipòtesis. Així doncs, he analitzat a fons un total de quaranta establiments entre botigues i empreses. Doncs bé, d'aquests quaranta noms o bé grecs o bé llatins, fins a un total de vint-i-quatre mantenen un estret lligam entre el seu significat i el servei o producte que ofereixen. Vull dir que hi ha vint-i-quatre establiments a Igualada que porten per nom un mot grec o llatí que explica ben bé la finalitat del negoci que encapçalen. La major part d'aquests noms han estat escollits amb tota la intenció, meditant bé quin era el seu significat. Penso que això és una magnífica mostra del que em proposava demostrar, ja que encara avui hi ha gent que va expressament a buscar una paraula grega, llatina o de la mitologia clàssica, per exemple, per utilitzar-la en el seu negoci. Sobre el total d'aquests quaranta noms analitzats, vint-i-set són d'origen llatí i tretze d'origen grec, sis dels quals provenen de la mitologia. De tot plegat n'extrec la conclusió que en general s'utilitzen més aviat noms llatins perquè és una llengua que ens queda molt més a prop i que és la mare directa del català i del castellà. També hi pot influir el fet que la població té un coneixement involuntari i inconscient de la llengua llatina, tal i com ja he comentat. Analitzar si tots els noms han estat escollits expressament pels seus amos resulta realment molt complicat. Per tant, voldria reflexionar, a partir de les persones amb qui jo he parlat, sobre els casos en què sí que hi havia consciència de l'origen del nom. En aquest sentit tinc en compte no només l'opinió dels qui han triat el nom sinó també la dels treballadors, i així arribo a un sector més ampli de la població. Així doncs, un cop feta l'anàlisi es veu clarament que a la majoria dels entrevistats si més no li sonava el nom.

Un cop buidats els qüestionaris, vaig poder respondre també a una altra pregunta: de quina època daten aquests negocis? Abans del 1979 set llocs ja havien estat inaugurats. A la dècada dels 80, el nombre d'establiments oberts va augmentar fins a set. Als anys 90 van ser deu les empreses que es van inaugurar. I finalment des

del 2000 fins al present se n'han obert quinze més. Per tant es pot afirmar que en aquests vuit o nou anys darrers sí que s'ha notat un increment de negocis amb nom d'origen clàssic a Igualada. Per tant és obvi que els noms d'origen clàssic segueixen estant de moda.

També m'agradaria analitzar el conjunt de noms esmentats al llarg del treball que són tots els que figuren a la llista de l'annex⁴², és a dir, els que presenten un origen clàssic total més els que el presenten parcial o indirecte. Així doncs, hi ha un total de vuitanta-cinc influències llatines, setanta-dues de gregues i setze noms que provenen o de la mitologia o de la cultura clàssica en un sentit més ample. Com ja suposava, es constata més influència del llatí que no pas del grec pels motius ja comentats. Però el que no m'esperava és que la influència grega tingués encara tanta força. M'he adonat que entre elles arrels com *auto* o *ibèric* són molt corrents. Entre les influències parcials o indirectes, la utilització d'arrels grecollatines és tan freqüent que sovint s'adopta d'una manera ben inconscient: és molt normal, per exemple, barrejar una arrel grega o llatina amb un mot català, castellà o fins i tot anglès sense que els responsables siguin coneixedors d'aquest fet. Com que això és un fenomen molt repetit, he buscat aquells noms que barregen dues arrels grecollatines. El resultat és que fins a tretze noms utilitzen dues arrels d'origens diferents per anomenar un negoci; fins i tot n'hi ha que barregen una arrel grega i una de llatina. En diversos casos s'utilitza el nom d'una lletra de l'alfabet grec. Personalment ho trobo bastant curiós perquè ¿a qui se li acudiria anomenar la seva botiga amb una lletra de l'abecedari llatí (ex: *a*, *ema*, *erra*...)? En canvi, la utilització de l'alfabet grec sí que és present entre els noms de les empreses igualadines: la *sigma* (S), la *lambda* (L) i l'*òmicron* (O). A més la sigma apareix repetida en dues empreses, i un d'aquests dos casos és molt curiós. Es tracta d'una societat limitada (SL) que porta per nom *Sigma Lambda*, és a dir "Essa Ela" o el que és el mateix "SL". Els dos casos restants són *Sigma Media Systems* i *Omicron Plusultra*. Com és normal, hi ha una sèrie d'arrels que són més usuals que unes altres: *auto*, *trans*, *inter*, *post*, *mega*, *super*, *multi*... Lògicament on més es repeteixen les arrels llatines *trans-* o *inter-* és en empreses relacionades amb el món del transport, en canvi l'arrel grega *auto-* predomina en tallers mecànics i concessionaris. Justament aquesta és l'arrel clàssica més utilitzada: divuit negocis la porten incorporada en el seu nom. La segona arrel més utilitzada és llatina (*inter-*) i són deu els comerços que la porten. A continuació l'arrel *Iber/ibèric/iberica* també és molt present: apareix en deu ocasions. El cas que no em podia deixar de comentar és l'exemple propi, únic i especial d'Igualada:

⁴² Veure annex pàgina 81

Aqualata. En total he trobat set negocis que portaven aquest nom, tot i que al final per motius diversos només n'he pogut estudiar cinc.

Pel que fa a la llista d'*Influència parcial o indirecta de les llengües clàssiques en els noms d'establiments i negocis d'Igualada*, l'he classificada en aquells mots que sí que fan referència al servei que l'empresa duu a terme i aquells que no presenten cap relació amb el servei o producte que s'hi ofereix. Com ja preveia, aquests últims han estat molt poquets: només vuit establiments tenen un nom que no concorda amb l'objectiu del negoci. La resta d'establiments presenten noms més o menys relacionats amb la seva funció o amb allò que venen.

Penso que aquest no és un treball tancat ni molt menys. He fet el primer pas perquè d'aquí uns anys algú pugui continuar i actualitzar la mateixa recerca. Fins i tot podria enfocar-se com una comparació: quins dels establiments que he comentat encara es conservaran?, quins de nous s'hauran obert?, etc. També és un treball perfectament aplicable a una altra ciutat o fins i tot a una altra llengua. En comptes d'estudiar la incidència del grec i del llatí, es podria fer un estudi sobre la influència de l'anglès, de l'àrab... En aquest darrer cas podria servir també, per exemple, per fer un estudi sociològic sobre el grau d'implantació de la comunitat magribina, que és tan nombrosa a la ciutat. Si algú s'animés a fer un treball com aquest però aplicat a una ciutat més gran, caldria segurament acotar una mica més la recerca com és ara centrant-la només en un sector comercial o limitant-lo només a les influències més directes. Si algú en un futur em copiés la idea, seria per a mi una enorme satisfacció.

Aquesta recerca ha estat una experiència que sempre recordaré. La veritat és que durant la realització del treball de camp vaig aprendre molt: a saber tractar amb persones d'edats i procedències socials diverses, a ser concisa demanant la informació, a desplaçar-me per una ciutat, a preguntar educadament... M'he adonat que hi ha tota mena de persones. Hi ha qui de seguida t'obre les portes o qui desconfia de tu fins i tot quan ja has marxat, gent simpàtica i gent que...no tant. A part d'aquest aprenentatge més de caire personal (i no per això menys important), durant la realització de la memòria escrita he treballat temes directament relacionats amb el que fem a classe, sobretot a les hores de Grec i de Llatí (gramàtica, etimologia, cultura, etc), cosa que m'ha servit per repassar antics conceptes així com també per aprendre'n de nous. Un fet cabdal per treballar amb idiomes és dominar el diccionari, sigui de la llengua que sigui. Doncs bé, consultant diccionaris de català, de castellà, de grec, de llatí i sobretot el diccionari etimològic, realment he agafat una bona pràctica que estic segura que en un futur em serà de gran ajuda.

És un tòpic dir que fer el *Treball de Recerca* a Batxillerat és la millor preparació per anar a la universitat, però és que és veritat. A més a més, s'adequa bé al *Pla Bolonya* amb el qual nosaltres estudiarem les nostres carreres, un sistema que està fonamentat en l'aprenentatge aplicat i en les recerques que toquen alhora diferents disciplines, com aquest treball.

Estic contenta i orgullosa del treball que he realitzat. Si ara m'oferissin canviar de tema, no ho faria pas ja que he après, m'ho he passat bé i en cap moment se m'ha fet gens pesat. Crec que finalment he arribat on em proposava. He demostrat que les llengües clàssiques, de les quals el català n'és una filla, no han mort del tot. Constantment se segueix recorrent a elles des de diferents àmbits tal i com queda argumentat i exemplificat.

11. Bibliografia

Per començar a introduir-me en el treball de recerca vaig consultar:

- Diversos autors. *El treball de recerca*. Vic: Eumo Editorial, 2003.
- DUOCASTELLA TORRUELLA, Laura. "El món de la publicitat automobilística". Calaf: IES Alexandre de Riquer. Biblioteca, 2009. Treball de recerca.
- LLUÍS LENO, Oriol. "El món clàssic al màrqueting". IES Domènech i Montaner. Treball de recerca. (1r premi al IV concurs Premis Hèracles).
<http://www.seec.cat/oriolluis.pdf>
- www.edu365.cat

Com que es tracta d'un tema molt específic i inèdit fins a dia d'avui, per fer el treball de camp no m'he basat en cap bibliografia sinó en les següents referències:

- Diferents diaris i revistes com per exemple *La Veu de l'Anoia, el Safereig...*
- Diferents plànols comercials d'Igualada on hi figuraven llistes de comerços
- Pàgines Amarilles / www.paginasamarillas.es
- Pàgines Blancas / www.blancas.paginasamarillas.es
- UBIC (Unió Botiguers d'Igualada i Comarca): www.ubic-igualada.com
- UEA (Unió Empresarial de l'Anoia) memòria 2008 / www.uea.cat

A l'hora de pensar com faria el qüestionari per a les empreses, vaig consultar un llibre d'economia:

- *Economia de l'empresa 1*. Madrid: Ed. Mc Graw Hill, 2008. pg. 214-215

Per cercar informació sobre els llocs que havia de visitar, com dels que he inclòs a la taula *d'influència parcial o indirecta*, m'he basat en els buscadors d'Internet.

Per situar els locals a la ciutat d'Igualada, han estat de gran ajuda els mapes d'Internet:

- www.maps.google.es

Per elaborar la memòria escrita he utilitzat els següents llibres, diccionaris i enciclopèdies:

- BRUGUERA, Jordi. *Diccionari etimològic*. Barcelona: Ed. Enciclopèdia Catalana, 1996.
- CAPELLÀ, Margalida. *Grec 2*. Barcelona: Editorial Teide, 2005.
- Diccionari de l'Enciclopèdia. *Diccionari de Mitologia Clàssica*.
- *Diccionari de la Llengua Catalana*: www.grec.net

- *Diccionari Il·lustrat Llatí- Català Català-Llatí*. Barcelona: Ed. Vox, 2009.
- *Diccionari Oxford Pocket Català*. Català-Anglès Anglès-Català. Espanya, 2002.
- *Diccionario bilingüe. Manual Griego clásico-Español*. Barcelona: Ed. Vox, 2009.
- Diversos autors. *Llatí-1*. Barcelona: Ed. Vicens Vives Batxillerat, 2008.
- *Gran Enciclopèdia Catalana*. / www.enciclopedia.cat
- GRIMAL, Pierre. *Diccionario de mitología griega y romana*. Barcelona, 1983.
- KAVAFIS, Konstantinos. *Poemes*. Barcelona: Ed. Curial, 1984 Pàgs. 70-73
- *La Gran Enciclopèdia en Català*.
- OLIVA MARCH, Salvador. *Cultura clàssica Entre l'àgora i el fòrum*. Barcelona: Ediciones del Serbal, 2004.
- PEDRAZA, Xavier. *Anoia Etimologia Toponímica*. Igualada: CECI, 1997.
- *Real Academia Española*: www.rae.es

També he consultat les següents pàgines web:

- Àgora <http://www.tv3.cat/programes/121128555/>
- Àuriga <http://www.auriga.cat/>
- Empresa Grupassa. <http://www.grupassa.com/esp/index.html>
- Lactuca <http://www.lactuca.com/>
- Millenium <http://www.tv3.cat/pprogrames/millennium/milSeccio.jsp>
- Nostrum <http://www.nostrum.cat/webnostrum/index.html>
- Olympia: <http://www.grupoolympia.es/company/history/>
- Prometeu Encadenat <http://www.cecianoia.org/classics/seccio.html>
- Thalassa <http://www.tv3.cat/programes/123425541/>

Tota la recerca bibliogràfica i de fonts d'informació l'he portat a terme des de l'estiu del 2009 fins al gener del 2010.

12. Annex

1-Llistat de tots els noms que apareixen al treball ordenats alfabèticament

- ABACUS
- ACERINOX
- AGRO IGUALADA
- AGROXARXA
- AIXAM MEGA IBERICA
- ALEX JULIEN SERVEIS D'ASSESSORIA
- ANOIALINGUA
- APPLUS ITV
- AQUA – STYL
- AQUA CENTRE
- AQUALATA ASSESSORS I SERVEIS
- AQUALATA TOURS
- AQUALATAMÈDICS
- ARBORIST
- ARCO IRIS
- ART GRAF
- ASSOCIACIÓ DE SOCORRISTES AQUASOS
- ATENA
- ATENEO PORVENIR
- ATENEU IGUALADÍ
- ATLANTIC DEVICES
- ATLANTIS SEGUROS
- ATRI PROMOCIONS I CONSTRUCCIONS
- AUTO ANOIA
- AUTO ELECTRICITAT BRUCH
- AUTO ESCOLES TORT ESPINAL
- AUTO M. FLOTATS
- AUTO NUOVO
- AUTO REPARACION CATALUNYA SOCIEDAD COOPERATIVA
- AUTO SPORT IGUALADA
- AUTO SUMINISTROS VIC
- AUTO-BOMBA
- AUTOCHISPA
- AUTOMOTO JOGUINES
- AUTO-SELEC IMPORT
- AUVISA ANOIA
- BALMES INTERMOTOR
- BAR FRANKFURT IBERIC
- BIODERIVADOS PROTEICOS
- BIOPROM
- CAFETERIA AGORA
- CARTIBERIA
- CAVE CANEM
- CIUTAT AGORA
- COLISEUM
- CURTITS AQUALATA

- DECO ARTS
- DECORAMA
- DECOSISTEM
- DINO
- DOMUS
- DORON
- DUO PARQUET
- DUPLEX MEDIA
- EDICIONS INTERCOMARCALS
- EDITORIAL PRENSA IBERICA
- EL CAFÈ DE L'ATENEU
- ELECTRA SUAREZ-HNOS
- ELECTRAUTO VIVES
- ELECTRO CALBET
- ELECTRO STOCKS ANOIA
- ELECTROISO
- EMBALATGES I CONTENIDORS AQUALATA
- ESCOLES ATENEU IGUALADÍ
- ESPAIS PER VIURE AQUALATA
- EXPERT VPS IBERICA
- EXPO ANOIA
- EXPOMOBI
- FABINOX
- FBEX PROMO INMOBILIARIA
- FEDEROPTICS ARCUS D'IGUALADA
- FITO.NATURA
- FOTOPRIX
- FRANKFURT IBERIC
- FRITERM
- FUNDACIÓ PRIVADA AURIA
- FUNDACIÓ SOCIOCULTURAL ATLAS
- GEOCASA INMOBILIARIA
- GEOPROJECTS
- GESTIO INMOBILIARIA OMICRON
- GIMNÀS ÍTACA
- GUSTAURIA
- HABITAT IGUALADA
- HIDRAMAR NATURA o HIDRAMAR SALUD
- HIPER MOBLE AVENIDA
- HIPERCOR
- IBERCAJA
- IBERICA DE PAPEL
- IBERICUS
- INOXFIL
- INTERAUTO IGUALADA
- INTERCITY PONT
- INTERCOMARQUES
- INTERESSA MILLENIUM
- INTERFINQUES IGUALADA
- INTERKET

- INTERMOBLE
- INTERSPORT DRAC SPORT
- INTERVIANDE
- KAELIA
- KAN BAKUS
- KARISMA IMPORT EXPORT
- KIBUC-INTERMOBLE
- LA HISPANO IGUALADINA
- LA SIRENA
- LACETANIA HABITAT
- LINE PLUS
- LLIBRERIA AQUALATA
- MAGNA MODA GRAN
- MAPAMUNDI PRODUCCIONS
- MARATHON ESPORTS
- MEGACONFORT
- MEGA-FONTELEC
- METAL ALUMINIUM DE L'ANOIA
- MICROAUTO VSP
- MOBILIARI CUINOX
- MODAS MULTIMARCA DAK
- MOTOS JULIUS
- MULTI DENT
- MULTIMPRESSIO
- MUNDICUIR o MUNDISKIN
- MUTUAM
- NATURLAMB
- NATURNET
- NITIDUS
- OLYMPIA
- OPTI-AUDI ANOIA
- ORION PLUSULTRA
- PERFUMERIA STEL
- PINTURAUTO
- PLACK DECOR ANOIA
- POLICLÍNICA IGUALADA
- PRISMA
- PROELEK
- PROINOX
- PROMO PERFECT PLUS
- PUERIMUEBLE
- Q.ORUM BARCELONA
- RADIX NATURA
- REMAX HABITAT
- RESMAR IBERICA
- ROSEBUD FILMS PUBLIMEDIA
- SAPIENS DESING
- SARAUTO
- SERITRANSFER
- SERVI-CAMP

- SERVICIOS DE ARBORICULTURA
- SERVIFRUIT
- SERVIMATICA
- SEUBA AUTOSPORT
- SIGMA LAMBDA
- SIGMA MEDIA SYSTEMS
- SNACK BAR NEXUS
- SOCIEDAD DE PREVENCIÓN DE IBERMUTUAMUR
- SONIDIAL
- SPA NATURE
- STELLA ARTICULOS EN EXCLUSIVA
- SUPERKIT
- SUPERMERCADO SUPER MAS
- TALLAER ÀURIA
- TEATRE ATENEU
- TECNI-POU
- TECNO PISCINES CATALUNYA
- TECNOCOLOR TT TELECOM.
- TECNOS
- TRANCK DIGIMEDIA
- TRANS DIEMA TRANSPORTS
- TRANS VISA EXPRES
- TRANSPORTES INTERCOMUNITARIOS SANCHEZ
- TRANS-SUBLIPUNT
- TRIOPTIC
- ULISSES LLIBRERIA
- ULTRAMAGIC
- UNIGRAF ANOIA
- UNIPOST
- UTOPIC
- VALEO SERVICE ESPAÑA
- VETER CENTRE
- VIAJES IBERIA
- VINCIT
- VITAL DENT
- VITAL SANA

2-Qüestionari

- **NOM:**

- **RAÓ SOCIAL:**
.....
.....
.....

- **QUIN PRODUCTE O SERVEI OFERIU?**

.....
- **SABÍEU QUE AQUEST NOM TÉ UN ORIGEN GRECOLLATÍ?**

.....
- **QUI EL VA TRIAR AQUEST NOM? PER ALGUN MOTIU EN ESPECIAL?**

.....
.....
- **A QUIN ANY ES VA INAUGURAR AQUEST/A ESTABLIMENT/ EMPRESA? HA PORTAT SEMPRE EL MATEIX NOM?**
.....

- **EL VOSTRE PRODUCTE O SERVEI VA ADREÇAT A PERSONES D'UNA EDAT DETERMINADA?**.....
.....

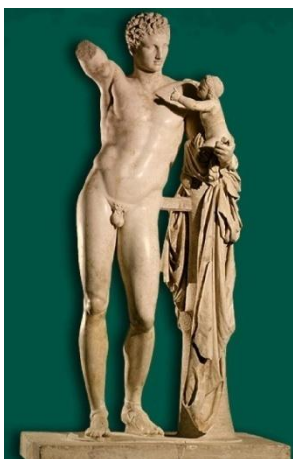
MOLTES GRÀCIES!

3-Mapa del centre d'Igualada

A continuació adjunto el mapa que vaig utilitzar per moure'm per Igualada. Hi estan indicats gairebé tots els establiments que vaig visitar.

4-Recull d'imatges

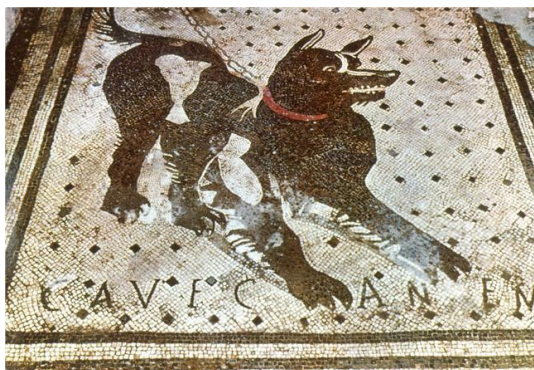
Aquí adjunto imatges que no he ficat al cos del treball com també altres exemples trobats en diferents publicacions com diaris i revistes. Aquests són altres exemples de la cultura clàssica en la publicitat. Així es demostra que la incidència del grec i del llatí és enorme.



Hermes amb Dionís infant, de Praxíteles.
Recordo que Dionís i Bacus es tracta del mateix personatge mitològic, el déu del vi i de la festa



Un auriga conduint una quadriga (carro de quatre cavalls)



Cave Canem. Es tracta del mosaic original trobat a Pompeia.



Reconstrucció del que seria una domus romana.



Parts de diferents domus conservades corresponents a l'atri.

L'ATENEU
St. Martí de Tous

Carns a la brasa
Menjars casolans
Menú diari

Menú especial diumenges
amb cava 12 euros

**DIUMENGE
A LA TARDA
BALL AMB
DAVIS SWING**

Travessia Sant Valentí, 2
Tel. 93 809 62 26
SANT MARTÍ DE TOUS

PERRUQUERIA I ESTÈTICA

lin9PLUS UNIS9X

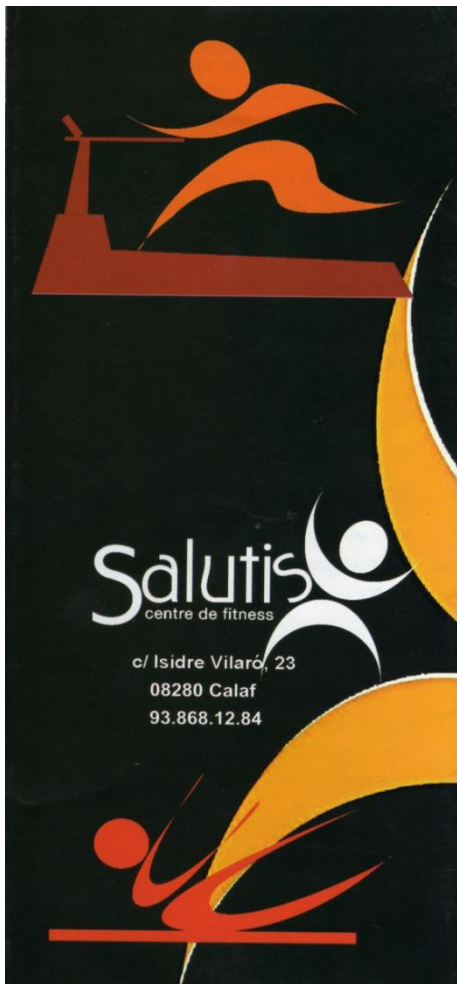
Tel. 93 803 39 59

Data _____ Hora _____

aqualatamèdics consultoris

Dr. C. Martín Eleno	Aparell digestiu
Dr. Joan Vidal	Medicina i Psicologia
Carme Carbonell	Psicologia infantil
Bet Martín	Logopèdia infantil
Laura Gómez	Logopèdia adults
Joan E. Castelltort	Trastorns de la veu

Indústria, 1 - IGUALADA - Tel. 93 805 29 95

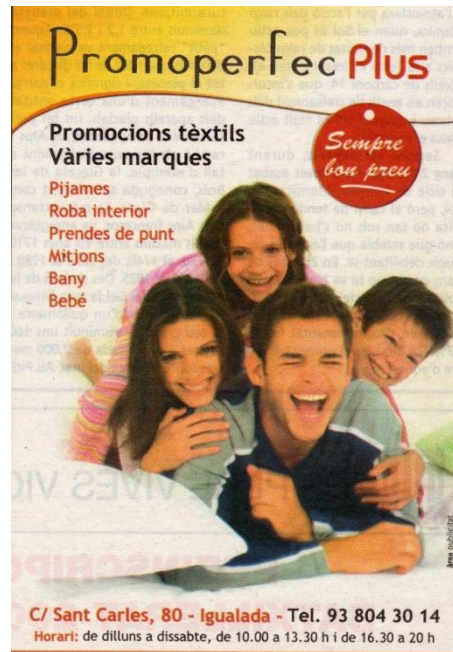


Salutis
centre de fitness

c/ Isidre Vilaró, 23
08280 Calaf
93.868.12.84



SUPER KIT



Promoperfec Plus

Promocions tèxtils
Vàries marques

Sempre bon preu

- Pijames
- Roba interior
- Prendes de punt
- Mitjons
- Bany
- Bebé

C/ Sant Carles, 80 - Igualada - Tel. 93 804 30 14
Horari: de dilluns a dissabte, de 10.00 a 13.30 h i de 16.30 a 20 h



93 805 24 19

info@servimatica.info
www.servimatica.info

C. de Sant Domènec, 112-14
08700 · IGUALADA

EQUIPAMENTS PER A
COMERC I HOSTELERIA

SERVIMÀTICA



CLINICAS
VITAL DENT

El teu dentista de confiança

Estètica dental	Ortodòncia	Endodòncia
Implantologia	Periodòncia	Odontopediatria

1ª CONSULTA GRATUÏTA

Rambla Nova, 11

93 804 75 97

IGUALADA



12 MESOS SENSE INTERESSOS FINS A 5 ANYS DE FINANÇAMENT



Nou Toyota Auris Explore

per **15.220€***



Si el GPS és una **PSA** imagina't la resta