

Assicurazioni La Generalitat

Pujol lamenta el poco juego internacional del nombre del organismo que preside

El presidente catalán, Jordi Pujol, ha avalado esta semana la vigencia de viejas tesis de los antiguos griegos. Platón afirmaba, en el *Cratilo*, uno de sus diálogos socráticos, que el nombre es arquetipo de la cosa, lo que le permitió a Jorge Luis Borges engarzar rimas deduciendo que "en las letras de rosa está la rosa y todo el Nilo en la palabra Nilo". Entre resignado y chusco, Pujol reveló el miércoles en el Parlamento catalán que, cuando en el extranjero se presenta como presidente de la Generalitat, sus interlocutores creen, al oír tal nombre, que se hallan frente al mandamás de una aseguradora. Ciertamente, Assicurazioni Generali, una de las mayores aseguradoras mundiales, es mucho más conocida internacionalmente que la Generalitat de Cataluña.

Hace quince, diez años, instituciones y empresas descubrieron que necesitaban renovar su imagen corporativa. Fue la fiebre del logotipo, la tiranía del diseño. Aún queda algo de aquella marea. Pero ahora lleva enlazada la fiebre del nombre, y las grandes compañías ya cuentan con expertos que le dan vueltas y más vueltas antes de bautizar un producto o un servicio. "El nombre es la percha de la que uno se cuelga en la mente de los demás", dicen Raúl Peralba y Raúl González

del Río. Y añaden: "Si pensamos que un profesional universitario utiliza un vocabulario de unas 10.000 palabras y que en un hipermercado puede haber 15.000 productos con nombres diferentes, es sencillo comprender que colgar un nuevo nombre en la mente no es una tarea fácil". Peralba y González del Río dirigen SWAP, una consultora dedicada al marketing. Pero en Madrid se les conoce tanto o más por otro nombre: son Los Raúles. Es la percha de la que se han colgado en la mente de algunos de sus clientes.

Hace cuatro años, al entonces presidente de Argentaria, Francisco Luzón, le pasaba lo que a Pujol: que en el extranjero iba colgado de una percha inadecuada. Cuando Luzón viajaba fuera de España para mover a inversores internacionales a comprar los títulos del grupo bancario público, sus interlocutores creían que les invitaban a entrar en el capital de una empresa argentina, Argentaria, que había estrenado el nombre en 1991 y había emprendido una carísima campaña de publicidad para colocar esa percha en las mentes españolas, ni se planteó rebautizarse. Hay quien tiene más habili-

dad y cintura para cambiar de percha. Cuando Seat comenzó a exportar a Grecia su modelo Málaga, comprobó que el nombre sonaba muy parecido a *maluku*, que en griego es un insulto. Rebautizó el coche: lo llamó Gredos. Otro constructor de automóviles, Mitsubishi, ha cambiado el nombre a uno de sus todoterrenos en los mercados de habla hispana. El nombre original, Pajero, fue sustituido por Montero. Un tercer fabricante, Chevrolet, se vio obligado hace ya años a cambiar el nombre de su Nova en algunos mercados para evitar los chistes que le convertían en el "No va".

A veces conviene rebautizarse para borrar un pasado. Fue el caso de la constructora Ocisa. Investigada por presuntos sobornos a responsables políticos que adjudicaban obra pública, cambió de presidente y de nombre. Se convirtió en OCP Construcciones.

También fue el caso de Alianza Popular. Tras varios fracasos electorales, en 1991 se transformó en Partido Popular, con lo que logró

que los hasta entonces políticos "aliancistas" pasaran a ser políticos "populares".

El primero es un adjetivo casi peyorativo. Recuerda a la Santa Alianza que ayudó a Fernando VII a implantar un régimen despótico. El segundo es un magnífico adjetivo para un político. Según el Diccionario de la Academia, popular es alguien "perteneciente o relativo al pueblo" o alguien que es "estimado o, al menos, conocido por el público en general". El partido de José María Aznar consiguió así transformar en adjetivo calificativo lo que en origen no era más que un adjetivo gentilicio. Bien es cierto que, ya en el poder, se presta a usos de efecto muy distinto. La huelga del transporte, por ejemplo, puede convertir a Rafael Arias-Salgado en el "impopular ministro popular de Fomento".

No consta que tras el lamento de Pujol sobre el poco juego internacional de la Generalitat haya un afán por rebautizar a la institución que preside. El nombre nació en el siglo XIV para referirse a la delegación de las Cortes en Cataluña, organismo que se atribuía la representación de todos los sectores del país, la Delegación del General, en suma, como se llamó inicialmente. Es sabido que llegó hasta comienzos del siglo XVIII. Cuando en 1931, durante la II República, Francesc Macià formó un organismo que preparara el estatuto de autonomía, fue el socialista Fernando de los Ríos quien propuso que se recuperara el nombre de Generalitat. Y ahí sigue. Por el momento.



Jordi Pujol.