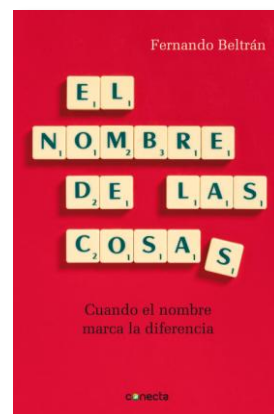


EL NOMBRE DE LAS COSAS

Cuando el nombre marca la diferencia

FERNANDO BELTRÁN

Cada cosa tiene su nombre natural, solo hay que descubrirlo. Fernando Beltrán nos muestra cómo creó *Amena*, *Faunia*, *Lé*, *OpenCor*, *Everis*, *Be Live*, *Suma de Letras* y cientos más.



«He aquí la clave y el comienzo del ejercicio de nombrar: la necesidad.»

Hubo un tiempo en el que el nombre parecía algo secundario, sin importancia, o en todo caso el resultado de una ocurrencia de última hora que resolvía con mayor o menor fortuna el cliente o el *copy* publicitario de turno. Evidentemente, se ha nombrado siempre. Pero...

«Lo que no existía era el especialista, el experto, el nombrador que se dedicara solo y en exclusiva a ello.»

Beltrán se definió a sí mismo como creador de nombres, no de marcas. Reconocerlo así le restaba *glamour*, caché, gancho y pegada profesional, pero prefirió dejar muy claro desde el principio cuál era su campo de trabajo. Luego, el primer cambio conceptual fue mudar el marco de actuación del nombrador, elevándolo a la esfera de la identidad corporativa y abandonando la publicitaria. A partir de ahí...

«La metáfora inesperada del valor de los nombres, su capacidad de unir, trascender, abrir puertas, intimar, tocar, intercambiar, sentir de otra manera, trasladar a otro lugar, compartir de otra forma.»

«Dar con la palabra precisa es como dar con la combinación que abre una caja fuerte en la que se guardan valiosos significados. Este trabajo de ladrón al revés –robar a la fantasía para dárselo a la realidad– es el nombrar que lleva a cabo **Fernando Beltrán.**» José María Parreño, poeta.

Sala de prensa virtual:

www.ingeniodecomunicacion.com/conecta-el-nombre-de-las-cosas.php

Sara Gutiérrez +34 680997385

Eva Orúe +34 629280954

info@ingeniodecomunicacion.com

Teléfono: +34 915239359

Cavanilles, 25 – 7º D 28007 Madrid (España)

El autor

Fernando Beltrán (Oviedo 1956).

Poeta y Filólogo. Fundador del estudio creativo EL NOMBRE DE LAS COSAS y Profesor del Instituto Europeo de Diseño.

En 1989 funda El Nombre de las Cosas, centrandolo a partir de ese momento toda su labor en el campo del *namimg*.

Empresa pionera en el mundo del *namimg*, El Nombre de las Cosas ha creado algunas de las marcas de mayor éxito comercial de los últimos años.



© Alejandro López Pedrero

Entre las marcas creadas por El Nombre de las Cosas destacan entre otras AMENA, FAUNIA, LA CASA ENCENDIDA, OPENCOR, BBVA, MUXXIC, PLURAL, T!, SUMA DE LETRAS, KEY CENTER, ENGLOBA, HILOGAR, TEA, RASTREATOR, STAGE, BY GALICIA, ASOMBRA, KREA, ALIADA, P4R, PRIVIUM, 8' 17", GAREUS, PRIMERITI, BE LIVE y un largo etcétera hasta completar más de 400 en los últimos años.

Conferenciante habitual en los principales foros de Imagen y Comunicación Internacionales, Beltrán ha desarrollado asimismo una importante y dilatada carrera poética, con más de catorce libros publicados. Autor de los manifiestos *Perdimos la Palabra* (El País 1987) y *Hacia una Poesía Entrometida* (LEER 1989), su obra completa ha sido reunida en la antología poética ***Donde nadie me llama*** (Hiperión 2011) y traducida de forma parcial a más de quince idiomas, y de forma completa al francés (L'Harmattan 2003). Su obra de temática amorosa está recogida en la antología *La Amada Invencible* (KRK Ediciones 2006).

Lo que dicen de Fernando y de su trabajo

«Lo que tiene un mal nombre está abocado a tener una difícil existencia. La disciplina de nombrar se ha convertido no solo en un arte, sino también en un oficio que requiere gramática, literatura y mucha imaginación, cualidades que comparten poetas y publicistas. Solo ese anómalo y brillante cruce de razas en Fernando Beltrán puede explicar los aciertos que jalonan su vida como nombrador.»

Manuel Estrada, diseñador gráfico.

«Todos soñamos con ganarnos la vida haciendo lo que más amamos, no conozco un caso más perfecto de ese anhelo satisfecho que Fernando.»

Toni Segarra, publicista.

«Cual cabal cabalista que es Fernando, las quince letras de su nombre ya auguraban su manejo borgiano del lenguaje, en una onomancia contundente: FERNANDO BELTRÁN, REFRENDABAN TLÖLN.»

Màrius Serra, escritor y enigmista.

Lo que Fernando dice de su libro y de su oficio

¿Podrías haber sido nombrador si no fueras poeta?

Se puede ser nombrador sin ser poeta, pero en mi caso lo uno vino de lo otro. De la poesía se vive, pero no se come. De hecho yo vivo de la poesía, es mi latido, pero tuve mil oficios para comer de algo, y al final inventé uno, hecho a mi medida, sin alejarme demasiado de la poesía. El poeta chileno Nicanor Parra decía que el poeta no cumple su promesa si no cambia el nombre de las cosas...

¿En qué se diferencian y en qué se parecen ambos oficios?

Ambos trabajan con las palabras, ambos necesitan imaginación, y en ambos es fundamental la síntesis: el poeta intenta decir mucho en un solo verso, y el nombrador condensa los valores y atributos de algo en una sola palabra. Les diferencia el estado de ánimo, un determinado estado de conciencia, y algo, en mi caso, fundamental: con mis poemas intento decir, con mayor o peor fortuna, mi verdad, y con los nombres intento

acertar con la verdad de los demás, entendida esta como sus proyectos, sus ideas, sus sueños...

Pero nombres hubo siempre, y gente que puso nombres...

Por supuesto que siempre se nombró. De hecho la evolución de la especie humana consistió en eso, en hablar nombrando, y el lenguaje fue la gran aportación, la gran diferencia con el resto de las especies. Lo que no había, al menos en España, y en los años 80, era empresas dedicadas exclusivamente a ello; esa fue la novedad, ese fue el reto, y eso fue lo que me obligó a una fuerte incompreensión inicial y una travesía del desierto muy larga.

«Hace tiempo me di cuenta que podría vivir un día completo haciendo uso tan solo de productos, edificios y servicios a los que he puesto nombre. Me da un poco de vértigo.»

Eres creador de nombres, no de marcas. ¿Se puede hacer la diferencia?

Decirlo así hace años era como tirar piedras contra mi propio tejado, porque queda mucho mejor ante los directores de marketing decir que eres un creador de marcas. Luego la gente lo ha entendido. Y es que un nombre es una identidad verbal que refleja y contiene los valores y atributos de lo que hay que nombrar; una identidad que llena ese vacío inicial donde, como decía García Márquez, "las cosas no tenían nombre y para nombrarlas había que señalarlas con el dedo". La marca es algo que viene después, cuando a esa palabra inicial se le suma una tipografía, un color, un marketing, una publicidad, una comunicación. Aquella palabra inicial es solo un nombre; aquella palabra inicial trasladada ya al escaparate público es una marca.

Un gran nombre, ¿puede salvar a un producto o un proyecto mediocre?

Nunca. O en todo caso puede ayudarle al comienzo, pero luego volverá a su ser, o sea, la mediocridad, y con más virulencia si cabe, porque un nombre no debe estar nunca por encima de lo que nombra, pues crea una promesa y unas expectativas que luego se vuelven en contra. Lo que si sucede es lo contrario: un mal nombre puede hundir un producto o un proyecto ganador. Hay mil ejemplos.

Hay cantidad de cosas que me rodean a las que has puesto nombre... ¿En qué medida eres responsable de cómo me siento y vivo cada día?

Hace tiempo me di cuenta que podría vivir un día completo haciendo uso tan solo de productos, edificios y servicios a los que he puesto nombre. Me da un poco de vértigo, sí... Pero eso hace que la responsabilidad sea mayor, y con ella mi grado de exigencia.

«Los nombres no son para enseñarlos ni para alardear de ellos, sino para que cumplan su misión»... ¿que es?

Comunicar que existe algo, darlo a conocer, hacerlo atractivo, apetecible, y finalmente vender... o hacer que se interesen por ti, en el caso de tratarse de proyectos, museos, ideas, libros, películas...

De pronto se ponen de moda los nombres que acaban de determinada manera, o de resonancias inglesas... Romper con una moda, ¿es fácil?

El cambio de tendencia es muy difícil, y suele imponerse definitivamente cuando una marca que hace mucha publicidad lo difunde bien. *Amena* es el mejor ejemplo. Puso de moda los nombres femeninos, y a continuación fueron miles, hasta el punto de que aún son muchos los que siguen esa pista...

Mencionas el caso de un nombre, Qué, y añades el incremento en las ventas... ¿Es fácilmente cuantificable esa relación causa efecto?

A veces, sí. Con datos concretos o con datos empíricos: al Parque Biológico de Madrid, por ejemplo, no iba nadie; fue cambiarle el nombre por Faunia y había colas en la puerta.

En tu negocio, ¿se cumple eso de que «el cliente siempre tiene razón»?

No.

Esta es la historia de tu vida, que a su vez es la historia de un éxito. ¿Te atreves a sintetizar ese triunfo en una etiqueta, en un nombre?

Ilusión, **t**rabajo, **i**maginación y **s**uerte: it is, que en inglés, curiosamente, significaría, y no estaba preparado, esto es...

Los oficios del nombrador

«Había creado ya más de trescientos nombres, pero le faltaba uno: el suyo. ¿Cómo debía llamarse el que se ocupa de poner nombres? La respuesta se la dio su hija de ocho años: “En el colegio pidieron a los alumnos que apuntaran en una ficha la profesión de los padres. Mi hija puso Poeta y Nombrador, me pareció la definición más hermosa del mundo”.»

De una entrevista en *El País*.

1. El nombrador es un enamorado
2. El nombrador es un estudiante
3. El nombrador es un escribiente
4. El nombrador es un escuchante
5. El nombrador es un privilegiado
6. El nombrador es un mago
7. El nombrador es un psicólogo
8. El nombrador es un detective
9. El nombrador es un socio
10. El nombrador es un sherpa
11. El nombrador es una comadrona
12. El nombrador es un filólogo
13. El nombrador es un poeta
14. El nombrador es un ingeniero
15. El nombrador es un comunicador
16. El nombrador es un gourmet
17. El nombrador es un seductor
18. El nombrador es un abogado
19. El nombrador no existe

«El nombrador trabaja las palabras, pero es un “sin papeles”. La palabra *nombrador* no existe. El diccionario de la Real Academia no la admite en su grey.»

Ficha técnica

Título: EL NOMBRE DE LAS COSAS, Cuando el nombre marca la diferencia

Autor: Fernando Beltrán

PVP: 15,90 €

Número de páginas: 254

Fecha de publicación: 20 de octubre de 2011

Más información

www.editorialconecta.com

www.ingeniodecomunicacion.com

Sara Gutiérrez +34 680997385

Eva Orúe +34 629280954

info@ingeniodecomunicacion.com

Teléfono: +34 915239359

Cavanilles, 25 – 7º D 28007 Madrid (España)