

La estrella de "la Caixa"



Si hay algo que identifica claramente a "la Caixa" es, sin duda, su **logotipo**: la famosa estrella de Miró. Pero, ¿cuál es su historia?

Desde su fundación en 1904, "la Caixa" había tenido diferentes anagramas, llegándose a utilizar varios de ellos al mismo tiempo y para usos bien diferentes. A finales de los años setenta se hizo evidente que ese caos de símbolos e identificaciones –algo que también afectaba a la mayoría de bancos y cajas de la época– creaba problemas de identidad y de imagen, de tal forma que **los ciudadanos, en muchos casos, no diferenciaban a las entidades entre sí**.

Fue entonces cuando "la Caixa" **decidió crear una identidad corporativa propia**, muy diferenciada de la del resto de entidades, y que no solamente dotara a la entidad de una personalidad única, fácilmente reconocible y con la que resultara fácil identificarse, sino que además fuera capaz de sintetizar y transmitir los valores de compromiso que representaban su hecho diferencial en el mercado.

Así, en 1979, se contrató a la empresa norteamericana Landor Associates para iniciar un proceso de renovación de la imagen que fuera coherente con la personalidad y trayectoria de "la Caixa".

Tras un periodo de reflexión, se determinó que la nueva imagen debía tener una identidad visual cercana e innovadora, sin ninguna referencia territorial o sectorial que limitara su expansión en el futuro. Y para conseguir transmitir los rasgos y valores de "la Caixa" se debía **aunar en un único símbolo su doble dimensión**: una institución financiera pero con una larga tradición de servicio público y comunitario, con una importante Obra Social.

El equipo de Landor presentó diferentes propuestas de símbolo, pero, frente a las opciones más conservadoras y tradicionales, poco a poco fue cobrando fuerza la necesidad de explorar caminos más novedosos e imaginativos en la búsqueda de una imagen diferente: **el concepto Miró.**

Inspirándose en el universo pictórico de Joan Miró, el equipo de Landor había diseñado un asterisco azul de ocho puntas, pero pronto se descartó, porque lo importante no era un dibujo específico, sino el hecho de que este dibujo fuera realizado por un artista catalán y balear de fama internacional y con un **lenguaje intemporal y universal.**

Así, finalmente **”la Caixa” decidió encargar al propio artista Joan Miró una creación suya** para utilizarla como representación visual de la entidad, lo que era en sí mismo una reafirmación de la responsabilidad social y cultural de la entidad financiera en su mecenazgo de las artes.

Miró aceptó el encargo de crear para ”la Caixa” una obra a partir de la cual pudiera aislarse algún elemento como logotipo de la entidad. Así pues, realizó conjuntamente con Josep Royo un gran tapiz que contenía su hoy ya famosa estrella y que aún ahora puede verse expuesto en la sede central de la entidad en Barcelona.

Pero más allá de la expresión artística de la marca, en su génesis ”la Caixa” apostaba por la plasmación y coherencia con unos valores: la calidad indiscutible de un artista universal; su vinculación con los territorios de origen de ”la Caixa”; el espíritu de innovación aplicado a todos los ámbitos de actuación; el compromiso con la sociedad a través de la promoción del arte y la cultura; la apuesta por la proximidad y cercanía a través de **un símbolo amable con el que los clientes pudieran identificarse...**

La gran puesta de largo del símbolo tuvo lugar con motivo de la inauguración del Museo de la Ciencia de ”la Caixa” en 1981 y, poco a poco, se empezó a instalaren las oficinas. El éxito fue fulgurante.

La irrupción de la estrella de Miró para ”la Caixa” supuso una ruptura radical con los patrones imperantes de la identidad bancaria de la época.

El programa de identidad corporativa de ”la Caixa” cambiaba las reglas de la imagen visual aplicada a empresas y alumbraba toda una nueva generación de posibilidades para creativos y diseñadores. **A partir de la estrella mironiana, ya podía añadirse contenido emocional a una imagen corporativa.**